Бібліятэка масавай камунікацыі і медыяадукацыі
Акадэміі ўкраінскай прэсы
Таварыства беларускай школы

Сяргей Чарняўскі

Метадычны дапаможнік

Як стварыць сучасную школьную газету?

Пераклад на беларускую мову, адаптацыя і літаратурнае рэдагаванне Юрася Каласоўскага

Кіеў-2014

УДК 373.5.091.59:070](072)
ББК 74.200.58я7
Ч49

Сяргей Чарняўскі

Ч49 **Як стварыць сучасную школьную газету**: метадычны дапаможнік. – Кіеў: Акадэмія ўкраінскай прэсы, Цэнтр свабоднай прэсы, Таварыства беларускай школы, 2014.– 73 с.

Выданне падрыхтавана пры падтрымцы MyMedia / DANIDA

MYMEDIA
СЕМЬ СТРАН - ОДНА ИДЕЯ

Выданне падрыхтавана пры падтрымцы MYMEDIA-праграмы, якая фінансуецца DANIDA.

ISBN 978-966-2123-62-3
ISBN 978-966-2123-61-6 (укр.)

ЗМЕСТ

Для каго гэта метадычны дапаможнік?

Для настаўнікаў і ўсіх, хто хоча выпускаць ці ўжо выпускае школьную газету.

У кастрычніку 2012 года Акадэмія ўкраінскай прэсы правяла ў Днепрапятроўску трэнінг для выкладчыкаў “Як стварыць школьную газету”, а ў жніўні 2014 -- Летнюю школу па медыяадукацыі (пры падтрымцы праграмы MYMEDIA), на якой мы стваралі прататыпы школьнай і гарадской газеты ўжо сумесна з юнкарамі. Ні да гэтых трэнінгаў, ні пасля іх я не бачыў такой колькасці людзей з велізарным жаданнем зрабіць добрую газету. Гэты метадычны дапаможнік – спроба дапамогі вам, калегі, паколькі менавіта вы часта бясплатна і ў вольны ад працы час толькі на ўласным энтузіязме рыхтуеце для нас чытачоў і журналістаў. Нізкі вам за гэта паклон і вялікі дзякуй.

Аўтар модуля Сяргей Чарняўскі

Аксана Валашанюк,
выканаўчы дырэктар Акадэміі ўкраінскай прэсы
тэл: +38 067 504 98 02
электронная пошта: info@aup.com.ua
вэб-старонка: www.aup.com.ua

1. ШТО ТАКОЕ ШКОЛЬНАЯ ГАЗЕТА?

Спачатку разгледзім паходжанне слова “газета”. Слова “газета” паходзіць ад назвы дробнай венецыянскай срэбнай манеты - іт. gazzetta (газетта). У XVI ст. капітанаў караблёў, якія прадавалі і куплялі тавары, цікавілі розныя звесткі аб палітычных падзеях, коштах на тавары, руху караблёў і да т.п. Распаўсюджваць такую інфармацыю пачало спецыяльнае бюро, у якога быў цэх “пісьменнікаў навін”. Цэх выпускаў рукапісны лісток, у якім паведамляліся навіны. Лісток прадаваўся за дробную манету – газетту.

У англійскім варыянце слова газета гучыць як newspaper. Што можна перакласці як навіны/папера.

Газеты – гэта органы прэсы, якія маюць пастаянную назву, што выдаюцца праз вызначаныя прамежкі часу (па меншай меры, раз у месяц), не паўтараюцца змястоўна і аформлены ў адным стылі (4).

Варта адзначыць, што ў свеце няма адзінага вызначэння, што такое газета і часопіс. Нават Сусветная навінавая і газетная асацыяцыя (WAN / IFRA) не дае падобнага выразнага азначэння.

Зыходзячы з вышэйсказанага, будзем лічыць, што школьная газета – гэта набор навін і артыкулаў, якія прайшлі рэдакцыйную апрацоўку і прызначаны для чытання школьнікамі.

Школьная газета можа распаўсюджвацца для чытання школьнікамі на паперы (насценгазета/друкаваны варыянт) або ў электронным выглядзе (інтэрнэт-версія ў фармаце pdf) (11).

1.1. Гласарый

Кантэнт – змест газеты або часопіса. Може быць у выглядзе навін, матэрыялаў, артыкулаў.

Спецыялізаваныя медыя – медыя вузкай накіраванасці або нішавыя медыя.

Інфаграфіка – табліцы, малюнкі, дыяграмы.

Мультымедыя – розныя медыя, сабраныя і аб'яднаныя адной рэдакцыяй. Напрыклад, рэдакцыя робіць навіны для газеты, інтэрнэт-сайта, інтэрнэт-ТБ.

Канвергентная рэдакцыя – рэдакцыя, што робіць кантэнт/інфармацыю для некалькіх відаў медыя. Напрыклад, для газеты і сайта.

Фэйк – ілжывая і неправераная інфармацыя.

1.2. Ці патрэбна рэгістрацыя школьнай газеты як друкаванага ці электроннага медыя?

У Беларусі сродкі масавай інфармацыі падлягаюць дзяржаўнай рэгістрацыі ў рэспубліканскім органе дзяржаўнага кіравання ў сферы масавай інфармацыі ў парадку, устаноўленым законам "Аб сродках масавай інфармацыі". Пры дзяржаўнай рэгістрацыі сродку масавай інфармацыі ў рэспубліканскі орган дзяржаўнага кіравання ў сферы масавай інфармацыі заснавальнікам або ўпаўнаважанай асобай падаецца заява па форме, усталяванай рэспубліканскім органам дзяржаўнага кіравання ў сферы масавай інфармацыі, з указаннем неабходных звестак. Рашэнне аб дзяржаўнай рэгістрацыі сродку масавай інфармацыі і яго ўключэння ў Дзяржаўны рэестр сродкаў масавай інфармацыі прымаецца рэспубліканскім органам дзяржаўнага кіравання ў сферы масавай інфармацыі ў месячны тэрмін з дня атрымання заявы і дакументаў.

Паводле дадзенага закона, не патрабуецца дзяржаўнай рэгістрацыі для друкаваных сродкаў масавай інфармацыі, якія выходзяць у свет тыражом, які не перавышае 299 асобнікаў.

У Беларусі пакуль не распрацаваны законы і нарматыўныя акты, якія б рэгламентавалі працу электронных СМІ (інтэрнэт-медыя). У тым ліку і распаўсюджванне школьнай газеты ў інтэрнэце.

1.3. Што паказваць у выходных дадзеных школьнай газеты?

У адпаведнасці з законам Рэспублікі Беларусь "Аб сродках масавай інфармацыі" ў кожным выпуску друкаванага сродку масавай інфармацыі павінны быць указаны:

- назва друкаванага сродку масавай інфармацыі;
- заснавальнік (заснавальнікі) друкаванага сродку масавай інфармацыі;
- прозвішча, уласнае імя і імя па бацьку (калі маецца) галоўнага рэдактара (рэдактара) друкаванага сродку масавай інфармацыі;
- парадкавы нумар друкаванага сродку масавай інфармацыі і дата яго выпуску, а для газет – таксама час падпісання ў друк;
- цана;
- наклад;
- штрыхавы ідэнтыфікацыйны код;
- падпісны індэкс (для друкаванага сродку масавай інфармацыі, які распаўсюджваецца па падпісцы);
- адрас юрыдычнай асобы, на якую ўскладзеныя функцыі рэдакцыі друкаванага сродку масавай інфармацыі;
- адрас друкарні;
- нумар пасведчання аб дзяржаўнай рэгістрацыі (для друкаванага сродку масавай інфармацыі, які падлягае дзяржаўнай рэгістрацыі);
- рэспубліканскі орган дзяржаўнага кіравання ў сферы масавай інфармацыі, які зарэгістраваў дадзены друкаваны сро-

дак масавай інфармацыі (для друкаванага сродку масавай інфармацыі, які падлягае дзяржаўнай рэгістрацыі).

Выходныя дадзеныя друкаванай школьнай газеты – гэта своеасаблівы пашпарт выдання. Калі ваша выданне не мае пасведчання аб рэгістрацыі друкаванага медыя або распаўсюджваецца ў электронным выглядзе, то вы можаце паказваць любыя з пунктаў, пералічаных ніжэй, альбо самастойна прыняць рашэнне аб тым, што паказваць у выходных дадзеных.

Мы рэкамендуем паказваць у выходных дадзеных школьнай газеты:

- дату ці месяц выхаду;
- нумар выдання;
- галоўнага рэдактара/рэдактара – прозвішча і імя;
- журналістаў/карэспандэнтаў – прозвішча, імя, клас;
- тыраж (калі трэба);
- перыядычнасць выхаду;
- распаўсюд платна/бясплатна;
- заснавальніка (школа №... або клас №);
- адрас рэдакцыі для лістоў/электронных лістоў (гэта важна для зваротнай сувязі з чытачамі);
- сайт і/або групу Укантакце/Фэйсбуку/Аднакласніках.

Каля назвы газеты, якая звычайна размяшчаецца ўверсе першай паласы, паўтараюць большасць выходных дадзеных:

- перыядычнасць;
- дату заснавання газеты;
- распаўсюд платна/бясплатна. Пры гэтым лепш паказваць рэкамендаваны кошт да продаж;
- узнагароды і дасягненні, калі ёсць;
- хто з’яўляецца заснавальнікам газеты;
- сайт або групу ў сацсетках.

2. МЭТА СТВАРЭННЯ ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ

Мы пачалі семінар “Як стварыць школьную газету” з разгляду вельмі простага, амаль дзіцячага пытання: “Якая мэта стварэння школьнай газеты?”. А калі газета ўжо выдаецца, то мэту можна перафразаваць: навошта выходзіць школьная газета? ці Навошта мы выпускаем школьную газету?

На семінары прагучалі наступныя варыянты мэты стварэння школьнай газеты:

- хобі;
- актуальнасць інфармацыі;
- асветніцкая;
- навучыць аўтара (аўтараў) пісьменна выказвацца;
- асвятленне ў газеце школьнага жыцця;
- фарміраванне ўласнага меркавання ў аўтара або чытача;
- магчымасць данясення для вучняў і настаўнікаў інфармацыі пра школу, горад, краіну;
- самарэалізацыя для навучэнцаў;
- прафарыентацыя для навучэнцаў;
- магчымасць працаваць у камандзе

А вось некаторыя мэты выдання школьнай газеты, якія назвалі ўдзельнікі трэнінгу ва Украіне, які адбыўся ў жніўні 2014 года:

- стварэнне іміджу школы, расповед пра жыццё школы;
- газета як адукацыйны рэсурс;
- камунікацыя – абмен ўражаннямі паміж навучэнцамі;

- творчасць: вершы, малюнкі і г.д.;
- медыйная самарэалізацыя: настаўнікі і вучні;
- альтэрнатыва афіцыёзу;
- мост паміж вучнямі і настаўнікамі;
- забаўляльная;
- інфармацыйная;
- матывацыйная – для выхавання нацыянальна свядомага грамадзяніна і патрыёта.

Таксама перад школьнай газетай могуць ставіцца наступныя задачы:

- стварэнне школьнай супольнасці: вучні, педагогі, бацькі;
- фарміраванне светапогляду ў навучэнцаў;
- медыяадукацыя;
- фарміраванне камунікатыўных уменняў і навыкаў, умення працаваць з інфармацыяй;
- інфармаванне пра падзеі з жыцця школы.

Любая з гэтых мэтаў мае права на жыццё. Але хочацца звярнуць увагу калег на наступнае. Самая вялікая памылка журналістыкі заключаецца ў тым, што журналіст/рэдактар ці галоўны рэдактар думаюць, што ведаюць, што хоча чытаць аўдыторыя. Памылка, распаўсюджаная пры працы з дарослай аўдыторыяй. Памылку, якую можна выправіць або даследаваннямі чытацкай аўдыторыі, або сталымі сустрэчамі з чытачамі. Лепш, калі ў нас прысутнічаюць розныя формы зваротнай сувязі з чытачамі: лісты папяровыя і электронныя, даследаванні аўдыторыі і сустрэчы з чытачамі. Але гэта дарослая аўдыторыя. А што ж рабіць з маладой аўдыторыяй – дзецьмі і падлеткамі, якія яшчэ не маюць сфарміраванага светапогляду?

Перад школьнымі газетамі не ставіцца мэта прыносіць прыбытак, як гэта адбываецца ў іншых выданнях. Не ставіцца мэта стаць інструментам абароны нейкіх інтарэсаў і, як вынік, фарміравання меркавання.

Тады з якой жа мэтай ствараецца школьная газета?

Мэта школьнай газеты – даваць актуальную, цікавую, карысную інфармацыю для школьніка ў зручны час, у зручным месцы.

Пры гэтым мэты ў школьнікаў і настаўнікаў, якія ўдзельнічаюць у выпуску школьнай газеты, могуць быць рознымі. І пра мэты школьнікаў, якія ўдзельнічаюць у выпуску школьнай газеты, лепш спытаць у іх саміх.

Напрыклад, апытанне, праведзенае 10-11 жніўня 2014 года падчас трэнінгу "Як зрабіць школьную газету?" сярод старшакласнікаў ва ўзросце 16-17 гадоў, дало наступныя вынікі:

Якія тэмы ВАЖНЫЯ для падлеткаў ва ўзросце 16-17 гадоў? *(У апытанні прымалі ўдзел 15 вучняў):*

Табл.1

№ П/П	*ТЭМА*	*Колькасць вучняў, якіх хвалюе тэма (16-17 год)*
1	Будучыня (прафесія і праца)	**8**
2	Сям'я, адносіны з сям'ёй	**7**
3	Адносіны з сябрамі	**6**
4	Навучанне ў школе	**4**
5	Кантакты з роднымі і сябрамі	**3**
6	Праца: дзе вучню можна падзарабіць	**3**
7	Навіны і падзеі школы	**3**
8	Псіхалогія	**1**
9	Узаемаадносіны з асобамі супрацьлеглага полу, з якімі склаліся блізкія адносіны	**1**
10	Музыка	**1**
11	Гульні	**1**
12	Фільмы	**1**

13	Цікавыя навіны	**1**
14	Цікавая статыстыка	**1**
15	Як стаць аўтарытэтным сярод знаёмых	**1**
16	Будучыня – як паступіць у ВНУ і як вызначыцца, калі трэба брацца за розум	**1**
17	Жыццё падлетка	**1**
18	Арганізацыйныя моманты	**1**
19	Спартыўныя навіны	**1**
20	Новыя дапаможнікі і кнігі	**1**
21	Святы ў школе	**1**
22	Інфармацыя пра вучняў школы (артыкулы пра цікавыя захапленні)	**1**
23	Месца ў соцыуме	**1**
24	Культура людзей	**1**
25	Патрыятызм	**1**
26	Сяброўства	**1**
27	Як атрымаць інфармацыю пра адпачынак	**1**

А вось, напрыклад, якія мэты праграмы “Газета ў адукацыі” ставіліся арганізатарамі праекта ў Барнауле (1).

Для настаўнікаў:

- атрыманне актуальнага і своечасовага навучальнага і інфармацыйнага матэрыялу, які можна выкарыстоўваць у якасці ілюстрацый і дапаўненняў да школьных падручнікаў (геаграфія, найноўшая гісторыя, краязнаўства);
- мадэрнізацыя навучальных праграм з уключэннем рэгіянальнага кампанента;
- абнаўленне вучэбнага матэрыялу;

- нестандартная форма выкладання прадмета.

Для вучняў:

- набыццё ведаў аб рэальным жыцці і аналітычных навыкаў праз крэатыўную фому;
- магчымасць выказаць свой пункт гледжання большай аўдыторыі, у тым ліку і праз медыя;
- цікавая і нестандартная вучоба.

Для газеты:

- павелічэнне накладу;
- “амаладжэнне” чытача;
- фарміраванне будучай лаяльнай аўдыторыі.

3. ВІДЫ ШКОЛЬНЫХ ГАЗЕТ

Мы можам разглядаць некалькі тыпаў школьных газет:

1) друкаваная газета;
2) насценгазеты;
3) электронная газета або блог.

Друкаваныя школьныя газеты часцей за ўсё адрозніваюцца па наступных параметрах: фармат, перыядычнасць выхаду, спосаб распаўсюджвання, месца/рэгіён выдання, каляровасць.

Самым распаўсюджаным фарматам ў друкаванай дарослай прэсе з’яўляецца А3. Ён прыйшоў на змену фармату А2. Звязана гэта з тым, што зручней чытаць газету меншага фармату, напрыклад, у гарадскім транспарце, на працы, дома.

Найбольш распаўсюджаным фарматам для школьнай газеты з’яўляецца А4. Ён зручны для чытання, добра змяшчаецца ў тэчку, заплечнік, партфель.

Перыядычнасць выхаду газет бывае наступнай:

штодзённая – паводле спецыфікацыі WAN/IFRA, такой з’яўляецца газета, што выходзіць не менш за чатыры разы на тыдзень. Эксперты ў Расіі лічаць штодзённай газетай тую, якая выходзіць не менш за тры разы на тыдзень;

штотыднёвая – якая выходзіць менш за чатыры разы на тыдзень, але часцей за 2 разы на месяц;

штомесячная – якая выходзіць не часцей за 2 разы на месяц і не радзей 1 разу ў два месяцы.

Усе астатнія газеты выходзяць з перыядычнасцю раз у квартал, паўгода ці год. Найбольш распаўсюджанай перыядычнасцю для школьных газет з'яўляюцца штомесячныя выданні. Спосаб распаўсюджвання – платны ці бясплатны. Часцей за ўсё ў школах друкаваныя газеты распаўсюджваюцца бясплатна. Магчымыя яшчэ адрозненні па мове, спецыялізацыі, дню выхаду, каляровасці і г.д.

Перавагі друкаванай школьнай газеты: тактыльныя (можна трымаць у руках), магчымасць пакінуць на памяць, павольнае чытанне (9).

Галоўныя перавагі для дарослага выдаўца: школьная газета выхоўвае маладую аўдыторыю, якая прызвычайваецца чытаць.

Насценгазета можа выконвацца на паперы фармату ад А2 да А4 (10). Для стварэння такой газеты дастаткова алоўкаў, фламастараў, фарбаў. Асаблівасцю газеты з'яўляецца тое, што яна публікуе рукапісы аўтараў, г.зн. тое, што школьнікі, настаўнікі, бацькі пісалі на паперы. У газету ўклейваюць зробленыя самастойна або выразаныя фота. Размяшчаецца яна звычайна ў фае школы.

Перавагі: прастата пры вырабе, не патрабуецца кампутара, інтэрнэту, навыкаў вёрсткі. Недахопы: абмежаванае кола чытачоў, нязручны фармат для распаўсюджвання.

Электронная школьная газета можа быць выканана адразу ў некалькіх фарматах:

а) копія друкаванай версіі школьнай газеты ў фармаце pdf;
б) у выглядзе партала/сайта або раздзела на сайце школы;
в) у выглядзе групы ў сацыяльнай сетцы: аднакласнікі, фэйсбук, укантакце.

Перавагі:

- аператыўнасць;
- магчымасць пашырэння кола чытачоў;
- друкаваная газета мае два абмежаванні: па колькасці публікацый і іх памеры, а таксама па тэрмінах здачы ў друк. А матэрыялы/фотаздымкі на сайце ці ў сацыяльнай сетцы

могуць публікавацца ў любой колькасці і любога памеру. Але дэдлайн (апошні тэрмін здачы) матэрыялу ўсё роўна павінен быць;

- менш выдатковая ў вытворчасці;
- магчыма выкласці відэа/аўдыё, спасылкі на цікавыя рэсурсы. Вучнямі школы можа выдавацца школьная газета класа, г.зн. газета, якую выпускаюць вучні аднаго класа.

4. МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ

Мэтавая аўдыторыя газеты – чытачы газеты, якім адрасаваны змест выдання. Гэта кола чытачоў, зацікаўленых у інфармацыі, таварах або паслугах, прадстаўленых у газеце або часопісе.

Мэтавая аўдыторыя газет можа быць вызначана не толькі пералічанымі вышэй параметрамі або спецыялізацыяй таго ці іншага класа. Мэтавая аўдыторыя яшчэ можа залежыць ад самога выгляду школьнай газеты, які мы разгледзелі ў папярэднім раздзеле.

Вызначэнне мэтавай аўдыторыі дазваляе дакладней накіраваць інфармацыйнае або рэкламнае ўздзеянне і, як вынік, вядзе да развіцця бізнесу (павелічэнне продажаў тавараў або паслуг).

Любое выданне, акрамя мэтавай аўдыторыі, мае яшчэ і выпадковую аўдыторыю. Гэта тыя чытачы, якіх прыцягнулі пэўныя загалоўкі або навіны ў вашым выданні.

У маркетынгу мэтавую аўдыторыю прынята дзяліць на першасную і другасную. Першасная аўдыторыя – гэта аўдыторыя, зацікаўленая ў атрыманні і чытанні газеты. Другасная – гэта аўдыторыя, якая мае падобныя дадзеныя з першаснай (узрост, пол, месца вучобы, жыхарства), але якая не будзе спецыяльна шукаць/купляць газету.

Вось якія мэтавыя аўдыторыі назвалі падчас аднаго з трэнінгаў вучні і настаўнікі:

- вучні 5-11 класаў

- вучні 5-9 класаў
- вучні 7-17 гадоў
- спецвыпуск для 1-4 класаў
- вучні пачатковай школы
- вучні сярэдніх і старэйшых класаў
- малодшыя класы
- настаўнікі
- бацькі
- адміністрацыя і раённы (гарадскі) аддзел адукацыі
- па інтарэсах рубрык: спорт і да т.п.
- асобна: юнакі і дзяўчаты
- госці школы.

Адназначна, што мэтавай аўдыторыяй школьнай газеты з’яўляюцца школьнікі. Гэта таксама дакладна, як і тое, што мэтавай аўдыторыяй жаночых часопісаў з’яўляюцца жанчыны, а спартыўных выданняў – мужчыны. Так, могуць быць выключэнні, калі жаночы часопіс чытае мужчына, а спартыўную газету – жанчына. Але не трэба рабіць са школьнай газеты выданне, якое арыентавана на бацькоў або настаўнікаў ці адміністрацыю школы. Памятайце, што вы робіце, а дакладней, дапамагаеце рабіць газету толькі для школьнікаў вашай школы.

Ніжэй у табліцы 3 будзе паказаны падзел мэтавай аўдыторыі школьнай газеты “з крокам” у два гады на кожную з мэтавых аўдыторый.

5. ЯК ВЫЗНАЧЫЦЬ, ШТО ХОЧА ЧЫТАЦЬ МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ?

Ужо цяпер дарослыя газеты і выданні, а таксама інтэрнэт-парталы вылучаюць ядро чытацкай аўдыторыі для таго, каб разумець, якія тэмы цікавыя, якая інфармацыя можа быць карысная для дадзенай аўдыторыі. Словы, якія выкарыстоўваліўся ў пачатку 2000-х гадоў, – “нас чытаюць усе” – можна цяпер чытаць і разумець як “нас ніхто не чытае”.

Мэтавая аўдыторыя дарослых газет і часопісаў звычайна падзяляецца паводле наступных прыкмет: пол, узрост, месца жыхарства, фінансавы статус, сацыяльны статус. Для рэкламадаўцаў прынята паказваць у прэзентацыях узровень даходаў чытачоў.

Дадатковымі параметрамі можна лічыць: сямейнае становішча, адукацыю, занятасць, а таксама спецыялізаваныя дадзеныя, важныя для накіраванасці матэрыялаў і пазіцыянавання выдання. Адукацыя ў гэтым выпадку з’яўляецца дадатковым крытэрыем. Больш сур’ёзныя даследаванні даюць псіхаграфічную характарыстыку чытача, у тым ліку дадзеныя пра захапленні, спосабы праводзіць вольны час, пра тое, ці з’яўляецца чытач кансерватарам, наватарам і г.д.

Для атрымання дадзеных аб перавагах у чытанні для мэтавай аўдыторыі выкарыстоўваюць разнастайныя спосабы збору інфармацыі, сярод якіх найперш вылучаюць анкетаванне, апытанні (па тэлефоне ці асабіста (Face to face).

Кампанія TNS Украіна прадставіла дадзеныя апытання падлеткаў ва ўзросце ад 12 да 16 год у паўднёва-ўсходнім рэгіёне Украіны, праведзенага ў 2012 годзе, якое тычыцца пераваг юнакоў і дзяўчат пры выбары для чытання рубрык у газетах і часопісах (табліца 2).

Табл.№2

Перавага тэм і рубрык у газетах і часопісах	*wTotal*	*wSample*	*wAffinity*	*Row % Weighted*	*Col % Weighted*
Total	**147261**	**92**	**100**	**5,9**	**100**
Гумар, анекдоты, коміксы	67944	42	139	8,2	46,1
Красворды, сканворды, рэбусы	51182	32	105	6,2	34,8
Гараскопы, астралагічныя прагнозы	50038	31	136	8,1	34
Мода, адзенне	44226	28	161	9,5	30
Хіт-парады, музычныя агляды	43429	27	345	20,4	29,5
Касметыка, парфума, прычоскі	36268	23	160	9,5	24,6
Праграма тэлеперадач	28730	18	62	3,7	19,5
Кулінарыя, рэцэпты	27793	17	74	4,4	18,9
Свецкая хроніка, артыкулы пра знакамітых людзей	27762	17	105	6,2	18,9
Кіна-, відэаагляды	24261	15	133	7,8	16,5
Здароўе, метады лячэння, рэцэпты	23069	14	70	4,2	15,7
Аўта-, мотаагляды	22122	14	115	6,8	15

Хатнія жывёлы	21017	13	172	10,2	14,3
Крымінальная хроніка	20531	13	54	3,2	13,9
Гарадскія навіны	18229	11	34	2	12,4
Падарожжы і адпачынак	18123	11	98	5,8	12,3
Спартыўныя навіны, агляды	14066	9	69	4,1	9,6
Тэхніка, электроніка, сувязь	11213	7	122	7,2	7,6
Сям'я, дзеці	9752	6	41	2,4	6,6
Культура (літаратура, тэатр, мастацтва)	9751	6	92	5,4	6,6
Дача, сад, агарод	9485	6	43	2,5	6,4
Палітычныя падзеі ва Украіне	8115	5	17	1	5,5
Гістарычныя агляды	7910	5	52	3,1	5,4
Рамонт, уладкаванне жытла	7837	5	44	2,6	5,3
Вольны час	6634	4	64	3,8	4,5
Сацыяльныя праблемы	6634	4	28	1,6	4,5
Палітычныя міжнародныя падзеі	6356	4	24	1,4	4,3
Сэксуальныя адносіны, эротыка	4956	3	36	2,1	3,4
Палітычныя падзеі ў Расіі	4620	3	17	1	3,1
Нерухомасць: пакупка, продаж, арэнда, навіны	3317	2	37	2,2	2,3
Эканоміка, бізнес, фінансы	1659	1	16	0,9	1,1

wSample *– колькасць чалавек у выбарцы;*

wTotal *–колькасць чалавек (у тысячах);*

wAffinity *– працэнтная доля апытаных рэспандэнтаў у групе, вызначанай па назве калонкі;*

Row% W *– працэнтная доля апытаных рэспандэнтаў у групе, вызначанай па назве радка;*

Col% W *– стаўленне долі спажыўцоў у разглядаnай групе да долі спажыўцоў гэтага прадукта (паслугі) ва ўсім насельніцтве.*

Што рабіць пры выпуску школьнай газеты, калі дадзеныя даследаванняў пакажуць нам, што падлеткі ва ўзросце ад 12 да 16 гадоў хочуць чытаць гумар, гараскопы, ведаць аб модзе, жыцці зорак і г.д.?

Давайце спросцім задачу па мэтавай аўдыторыі школьнай газеты. У выніку мы атрымаем, што асноўнымі характарыстыкамі для мэтавай аўдыторыі школьнай газеты з’яўляюцца пол, узрост, месца вучобы і месца жыхарства.

У Савецкім Саюзе школьную аўдыторыю было прынята дзяліць на тры ўзросты: малодшы школьны, сярэдні школьны і старэйшы школьны.

Паводле артыкула 152 “Кодэкса аб адукацыі” Рэспублікі Беларусь агульная сярэдняя адукацыя – гэта ўзровень асноўнай адукацыі, накіраваны на духоўна-маральнае і фізічнае развіццё асобы вучня, падрыхтоўку яго да паўнацэннага жыцця ў грамадстве, авалоданне навучэнцам асновамі навук, дзяржаўнымі мовамі Рэспублікі Беларусь, навыкамі разумовай і фізічнай працы, фарміраванне маральных перакананняў, культуры паводзін, эстэтычнага густу і здаровага ладу жыцця, гатоўнасці да самастойнага жыццёвага выбару, пачатку працоўнай дзейнасці і працягу адукацыі.

Агульная сярэдняя адукацыя ўключае ў сябе тры ступені:

I ступень – пачатковая адукацыя (I-IV класы);

II ступень – базавая адукацыя (V-IX класы);

III ступень – сярэдняя адукацыя (X-XI класы).

I і II ступені агульнай сярэдняй адукацыі складаюць агульную базавую адукацыю.

I, II і III ступені агульнай сярэдняй адукацыі складаюць агульную сярэднюю адукацыю.

Паводле артыкула 155 Кодэкса тэрмін атрымання агульнай базавай адукацыі складае дзевяць гадоў, агульнай сярэдняй адукацыі - адзінаццаць гадоў.

Тэрміны навучання на ступенях агульнай сярэдняй адукацыі складаюць:

на I ступені – чатыры гады;

на II ступені – пяць гадоў;

на III ступені – два гады.

На адным з трэнінгаў прагучала абсалютна правільнае пытанне: “Як зрабіць, каб нашу школьную газету чыталі школьнікі?”.

Першая частка адказу знаходзіцца ў вызначэнні мэты стварэння школьнай газеты.

Другая частка – у вызначэнні мэтавай аўдыторыі школьнай газеты.

Трэцяя частка адказу – у разуменні таго, якая інфармацыя цікавая дадзенай аўдыторыі і якім чынам наша аўдыторыя яе лепш за ўсё ўспрыме.

Ва ўмовах вялікіх інфармацыйных плыняў лепш разглядаць кожны клас з 1 па 11 як асобную мэтавую аўдыторыю. Таму зрабіць газету, цікавую ўсім вучням школы, практычна немагчыма па адной простай прычыне: інтарэсы і захапленні дзяцей ва ўзросце 6-7 гадоў і падлеткаў ва ўзросце 15-17 гадоў кардынальна адрозніваюцца.

Аптымальнай з’яўляецца падача інфармацыі з розніцай ва ўзросце аўдыторыі ў 1 год, а дакладней, клас. Але калі гэта складана, то можна стварыць школьную газету для мэтавай аўдыторыі ў два класы. Такім чынам, вучні 1-2 класаў павінны мець зусім іншае выданне па інфармацыйным напаўненні, чым вучні 3-4 класаў.

Менавіта таму найлепш падзяліць мэтавую аўдыторыю па ўзросце, а для зручнасці – па класах (табліца 3):

Табл. 3

Мэтавая аўдыторыя	*Клас*
Пачатковая школа	1 – 2
Пачатковая школа	3 – 4
Сярэдняя школа	5 – 6
Сярэдняя школа	7 – 8
Старэйшая школа	9 – 10
Старэйшая школа	11

Калі немагчыма разбіць на 6 варыянтаў выпуск школьнай газеты, застаецца рэкамендаваць выпуск выдання хаця б для трох розных аўдыторый.

У любым выпадку перад выпускам выданняў мы павінны правесці анкетаванне або апытанне па рубрыках і тэмах для чытання сярод нашых чытачоў-школьнікаў. З дапамогай сацыяльных сетак гэта значна лягчэй зрабіць для для старшакласнікаў.

Можна таксама выпускаць газету асобна для хлопчыкаў і дзяўчынак.

Асобна трэба сказаць пра спецыялізаваныя школьныя газеты. Справа ў тым, што, як і прафесійныя выданні, школьныя газеты можна падзяліць паводле накіраванасці на канкрэтную мэтавую аўдыторыю.

Напрыклад, школьная газета, прысвечаная матэматыцы або фізіцы, з аднаго боку, будзе мець вузкую мэтавую аўдыторыю, але, з другога, можа зацікавіць чытачоў рознага ўзросту. Калі вы хочаце размясціць агульную інфармацыю, напрыклад, пра пераможцаў алімпіяды або нейкіх конкурсаў, то гэта павінна быць асобная рубрыка ці раздзел на паласе/старонцы ў спецыялізаванай газеце. Таксама і друкаваны выпуск такой газеты або спецвыпуска можа быць выкананы ва ўнікальным/незвычайным варыянце. Пра рубрыкі школьнай газеты мы скажам ніжэй у спецыяльным раздзеле.

6. СІСТЭМА ВЫПУСКУ ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ

Вельмі лёгка выпусціць газету адзін раз. Але вось забяспечыць пастаянны выхад выдання, цікавага нашаму чытачу, – гэта працэс, які патрабуе пэўнай сістэмы (табліца 4).

Табл. 4

Этапы	*Друкаваная газета*	*Электронная газета*
1	Ідэя стварэння школьнай газеты	
2	Вызначэнне мэты	
3	Вызначэнне мэтавай аўдыторыі	
4	Выбар фармату, спосабу распаўсюджвання	Выбар інтэрнэт-платформы, праграмаванне
5	Стварэнне рубрыкатара ў газеце	Стварэнне раздзелаў на сайце
6	Выпрацоўка і апісанне асноўных палажэнняў аб рэдакцыйнай палітыцы	
7	Абвестка ў школе/класе пра набор у рэдакцыю	
8	Набор рэдакцыі з вучняў/бацькоў	
9	Выбар назвы газеты ці сайта	

10	Друкаваная версія можа рэгістраваць групу ў сацсетцы	Рэгістрацыя сайта ці групы ў сацсетцы
11	Распрацоўка дызайну	Выкарыстанне адпаведнага дызайну
12	Вызначэнне адказных вучняў/ настаўнікаў/	
13	бацькоў за кожную рубрыку на першы нумар	
14	Мазгавы штурм па ідэях і тэмах	
15	Вызначэнне жанру / фармату падачы тэмы, памеру матэрыялу і тэрміну яго здачы	
16	Збор інфармацыі і напісанне матэрыялаў. Падрыхтоўка ілюстрацый (фота, малюнкі, табліцы, дыяграмы)	
17	Здача матэрыялу рэдактару	
18	Рэдагаванне	
19	Карэктаванне	
20	Вёрстка	
21	Карэктаванне	
22	Унясенне правак пры вёрстцы	
23	Друк	Выкладанне матэрыялаў на сайт ці групу ў сацсетках і абмеркаванне
24	Распаўсюд	
	Абмеркаванне першага нумара. Зваротная сувязь з чытачамі	

Варта адзначыць, што ў газетах пасля здачы матэрыялу журналіст/карэспандэнт атрымлівае новае рэдакцыйнае заданне.

7. СХЕМА РЭДАКЦЫІ ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ

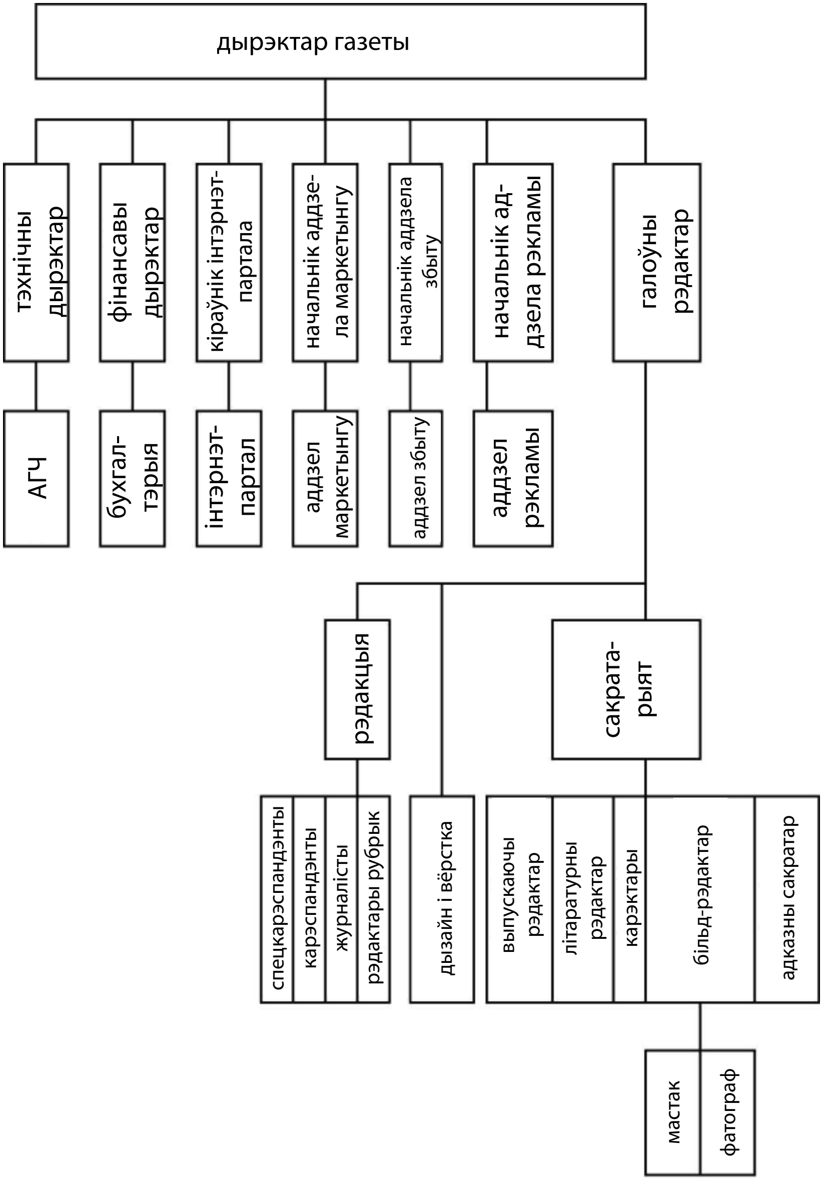
Перад тым як перайсці да схемы рэдакцыі школьнай газеты, разгледзім, хто можа быць аўтарам школьнай газеты.

Аўтарамі школьнай газеты могуць быць вучні школы, настаўнікі, бацькі. У працэсе стварэння школьнай газеты часцей за ўсё зацікаўлены настаўнікі. Памятаючы, што "вучань – гэта паходня, якую трэба запаліць, а не сасуд, які трэба напоўніць", настаўнік прыцягвае да працэсу стварэння газеты вучняў і іх бацькоў.

Вельмі важна адзначыць, што поспех газеты залежыць ад якасці матэрыялу ў выданні і афармленні (вёрстцы) гэтага матэрыялу для чытача.

Калі няма якаснага прадукту, г.зн. інфармацыі/артыкулаў, цікавых аўдыторыі, якаснай вёрсткі, то ўсе намаганні па рэкламе і продажы выдання асуджаныя на няўдачу.

Вось адзін з распаўсюджаных варыянтаў структурнай схемы прафесійнай газеты (малюнак 1):

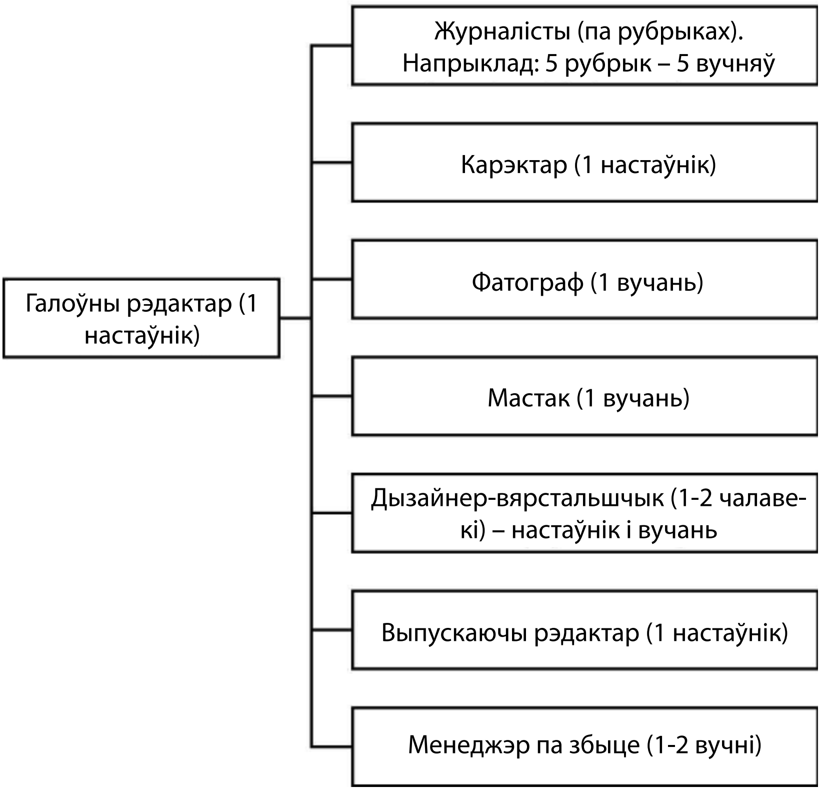

дырэктар газеты
тэхнічны дырэктар
фінансавы дырэктар
кіраўнік інтэрнэт-партала
начальнік аддзела маркетынгу
начальнік аддзела збыту
начальнік аддзела рэкламы
галоўны рэдактар
АГЧ
бухгалтэрыя
інтэрнэт-партал
аддзел маркетынгу
аддзел збыту
аддзел рэкламы
рэдакцыя
сакратарыят
спецкарэспандэнты
карэспандэнты
журналісты
рэдактары рубрык
дызайн і вёрстка
выпускаючы рэдактар
літаратурны рэдактар
карэктары
більд-рэдактар
адказны сакратар
мастак
фатограф

Мал.1

Адзначым, што галоўны рэдактар адказвае толькі за змест і афармленне кантэнту. Усе астатнія камерцыйныя пытанні ўжо вырашаюць кіраўнікі аддзелаў. Іх падначаленыя на мал. 1 адсутнічаюць. Кіруе ўсім працэсам дырэктар газеты.

У выпадку са школьнай газетай можна разглядаць спрошчаны варыянт структурнай схемы рэдакцыі (малюнак 2).

У большасці выпадкаў галоўныя рэдактары школьных газет – настаўнікі ці завучы, г.зн. дарослыя людзі. Гэта лагічна, паколькі трэба планаваць нумар і матэрыялы ў рубрыкі, карэктаваць і рэдагаваць вучнёўскія матэрыялы.



Мал.2

Такім чынам, у працэсе стварэння школьнай газеты ўдзельнічаюць ад 6 да 12 вучняў (у залежнасці ад колькасці рубрык) і 4 настаўнікі, а таксама пэўная колькасць бацькоў і проста ахвотных. Дарэчы, гісторыя выпуску школьнай газеты ведае нямала прыкладаў, калі газету выпускалі адзін настаўнік і адзін вучань.

А вось як апісвае структуру школьнай газеты *Марына Асюхіна*, кіраўнік гуртка юных журналістаў з Сум: "Важным крокам у стварэнні газеты з'яўляецца размеркаванне абавязкаў і пасад паміж вучнямі. Асобныя заняткі трэба прысвяціць структуры рэдакцыі, укараненню рэдакцыйнай палітыкі і структуры рэдакцыі. Арганізацыя сапраўднай рэдакцыі забяспечыць стварэнне якаснай газеты. Прысваенне "партфеляў" надасць вучням адказнасці, арганізаванасці і адчуванне набліжэння да сапраўднай прафесійнай рэдакцыі. Структураванне рэдакцыі адрозніваецца ад элементаў дзелавой гульні, якую настаўнікі практыкуюць на ўроках, паколькі цалкам імітуе прафесійную дзейнасць. З першых заняткаў варта вучыць юных карэспандэнтаў прафесійнай адказнасці.

У працы гуртка варта выкарыстоўваць як педагагічныя метады, так і прафесійны падыход. Педагагічныя метады пажадана дапаўняць іншымі рычагамі ўздзеяння на юнкараў, напрыклад, патрабавальнасцю, што спрыяе ўсведамленню адказнасці кожнага за выхад нумара. Такі кірунак працы адлюстроўвае працу паўнавартаснай рэдакцыі. Пагружэнне школьнікаў ва ўмовы, максімальна набліжаныя да рэальных, выкарыстанне журналісцкіх метадаў выхавання спрыяюць хуткаму навучанню юных карэспандэнтаў".

Рэкамендуем абавязкова ўвесці такія пасады:

Галоўны рэдактар. Яму можна даручыць весці калонку рэдактара, дзе ён будзе пісаць матэрыялы на актуальныя тэмы. Таксама ён будзе адказваць за арганізацыю працы юнкарамі, кантроль за выкананнем заданняў, каардынацыю дзейнасці.

Адказны рэдактар. Гэты школьнік павінен сачыць, каб усе матэрыялы здаваліся юнкарамі своечасова, час ад часу кантраляваць, як ідзе працэс падрыхтоўкі матэрыялаў, ці прытрымліваюцца журналісты графіка.

Фатограф. Ідэальна, калі гэты вучань будзе мець свой фотаапарат. Хутчэй за ўсё, ён ужо будзе мець пэўныя ўяўленні аб мастацтве фатаграфіі і зможа рабіць якасныя здымкі. Таксама ўласная тэхніка – паказчык, што дзіцяці падабаецца фатаграфаваць, а значыць, праца будзе выконвацца якасна і з задавальненнем.

Вярстальшчык. Навыкі, якія атрымае дзіця ў школе па вёрстцы і дызайне, абавязкова спатрэбяцца яму ў будучыні. Акрамя таго, такая пасада здыме нагрузку з кіраўніка газеты, і ён зможа больш часу надаваць іншым этапам стварэння выдання.

Менеджэр. Гэтая пасада магчымая, калі газета распаўсюджваецца платна. Гэты вучань павінен інфармаваць, калі з'явіцца новы нумар, заахвочваць дзяцей купляць газету, быць сувязным паміж тымі, хто хоча купіць газету, і непасрэдна новым выпускам.

Можна прызначыць адказных за пэўныя рубрыкі. Напрыклад, спартыўнага журналіста. Гэтае дзіця будзе ведаць, што любая спартыўная падзея, што адбываецца ў школе, – яго сферасфера дзейнасці, таму ніякія мерапрыемствы такога тыпу не застануцца без асвятлення.

Вядома, не ўсе ўдзельнікі рэдакцыі павінны мець "партфелі". Але падобная арганізацыя можа навучыць дзяцей адказнасці, уважлівасці, дапаможа кіраўніку больш удала арганізаваць працу і зняць з сябе частку нагрузкі.

Часцей за ролю кіраўніка школьнай газеты на сябе прымяраюць:

- педагог-арганізатар;
- выкладчык-філолаг;
- спецыяліст у адпаведнай галіне, г. зн. журналіст;
- вучань школы.

По складзе рэдакцыі школьнай газеты:

- удзельнікі гуртка журналістыкі;
- удзельнікі літаратурнага гуртка;
- прадстаўнікі школьнага самакіравання;
- любы з вучняў школы (калі гурток журналістыкі як форма працы адсутнічае).

8. ЗМЕСТ (КАНТЭНТ) ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ

Змест школьнай газеты павінен быць накіраваны на мэтавую аўдыторыю – школьнікаў.

8.1. Жанры матэрыялаў школьнай газеты

Ёсць шмат журналісцкіх жанраў. Спынімся на самых распаўсюджаных для школьнай газеты, а менавіта: навіны, інтэрв'ю, рэпартаж, каментары.

Навіна – сёння паняцце "навіна" разумеюць як паведамленне, якое выклікае цікавасць у грамадства. Дакладней, у чытацкай аўдыторыі.

Вялікая колькасць навінаў у прафесійных газетах прыводзіць да таго, што многія чытачы абмяжоўваюцца праглядам адных загалоўкаў ці, у лепшым выпадку, чытаннем першых абзацаў, набраных буйным шрыфтам. Такіх чытачоў называюць "сканарамі". Пра гэта гаворыцца ў раздзеле, прысвечаным вёрстцы і дызайну. У загаловак або пачатак матэрыялу выносяцца найбольш выгадныя, але часта другарадныя дэталі. Чытач жа можа ўспрымаць іх як самае важнае ў паведамленні.

Навіна павінна быць дакладнай і аб'ектыўнай. Таксама лічыцца, што навіна павінна адказваць мінімум на тры пытанні: Што? Дзе? Калі? І максімум на шэсць: Хто? Чаму? Як? і першыя тры.

Разгледзім прыклад навіны для школьнай газеты.

Навіна павінна быць дакладнай: “У 5 “Б” класе вучыцца 25 вучняў”, выверанай: “У 5 “Б” класе паводле класнага журнала вучыцца 25 вучняў”, і абавязкова поўнай “У 5 “Б” класе паводле класнага журнала вучыцца 25 вучняў: 17 дзяўчынак і 8 хлопчыкаў”.

Але гэтая навіна на 1 верасня, а што далей зрабіць з такой састарэлай інфармацыяй? Можна праз месяц напісаць па-іншаму:

“У 5 “Б” класе самым папулярным імем з’яўляецца Настасся – так завуць 6 дзяўчынак, сярод хлопчыкаў самае распаўсюджанае імя – Янка: так бацькі назвалі трох хлопчыкаў...” і г.д. А можна яшчэ палічыць колькасць галосных і зычных у імёнах дзяцей. І зрабіць з гэтага навіну таксама. Галоўнае, каб пасля падліку дзяўчынак і хлопчыкаў з рознымі імёнамі ў выніку атрымалася 25 вучняў.

Рэпартаж – тэрмін паходзіць ад французскага “reportage” і ангельскага “report”: агульны корань – лацінскі (“reporto” – перадаваць). Рэпартаж паведамляе аб фактах і падзеях, паказваючы іх праз непасрэднае ўспрыманне аўтара, як бы узнаўляючы карціну таго, што адбываецца. У аснове рэпартажу заўсёды знаходзіцца цікавая падзея, якая развіваецца на вачах у чытача. Гэта свайго роду гісторыя развіцця (18). У школьнай газеце найбольш распаўсюджаным відам рэпартажу можа быць спартыўны рэпартаж або рэпартаж з любой экскурсіі, які выдатна дапоўніцца фотаздымкамі.

Інтэрв’ю (ад англ. *interview* – спалучэнне *inter* “паміж” і *view* “погляд, думка”) у журналістыцы – асноўны сродак збору інфармацыі. Задача інтэрв’ю – атрыманне выказванняў асоб на пэўныя тэмы і/або пра пэўныя асобы шляхам пастаноўкі мэтазгодных пытанняў. Разнастайныя разнавіднасці інтэрв’ю і гутарак з’яўляюцца зараз асноўнай крыніцай інфармацыі для мас-медыя (13).

Школьная газета дае магчымасць школьніку – юным карэспандэнтам - навучыцца правільна задаваць пытанні і ду-

маць лагічна. Гэтыя навыкі, несумненна, спатрэбяцца ў жыцці. Не сакрэт, што правільна пастаўленае пытанне – гэта 50% адказу.

Але важна таксама і іншае. Аўтар інтэрв'ю не павінен імкнуцца паказаць свой глыбокі ўнутраны свет. Задача карэспандэнта – максімальна раскрыць тэму, на якую бярэцца інтэрв'ю, і асобу, з якой адбываецца гутарка.

Абавязковымі ў інтэрв'ю павінны быць пытанні, якія цікавыя мэтавай аўдыторыі. Для гэтага, калі Вы плануеце інтэрв'ю, спытайце ў вашых чытачоў пра тое, што яны хочуць даведацца. Акрамя гэтага, я рэкамендаваў бы мець некалькі (3-5) "фірменных" пытанняў. Калісьці ў часопісе "5 балаў" у нас быў такі спіс абавязковых пытанняў да зорак:

1. Самы любімы і складаны прадмет у ВНУ (школе).
2. Кім марылі стаць у дзяцінстве?
3. Назавіце ваш самы яркі ўспамін з студэнцкага жыцця.
4. Працягніце сказ: "Мая школа / ВНУ - гэта ..."
5. Самы любімы настаўнік у школе?

Усе пытанні з'яўляюцца адкрытымі. У той жа час у інтэрв'ю можна карыстацца і закрытымі пытаннямі, але іх колькасць павінна быць мінімальнай. Вось некалькі падобных пытанняў для інтэрв'ю з зоркай:

- *Ці карысталіся Вы шпаргалкамі на іспытах?*
- *Ці прагульвалі ўрокі?*
- *Ці спісвалі Вы на кантрольных работах?*

Хачу звярнуць увагу на наступнае. Вашы пытанні ў інтэрв'ю павінны быць цікавымі для чалавека, у якога вы бераце інтэрв'ю. На прэс-канферэнцыях з вядомымі артыстамі вельмі часта можна пачуць трывіяльныя пытанні, напрыклад: «Ваша любімая беларуская страва?» або «Чым адрозніваецца беларускі глядач ад украінскага?».

Не бойцеся эксперыментаваць і задаваць пытанні.

З кім можна браць інтэрв'ю:

1. Бацькі і сваякі

2. Выпускнікі школы
3. Супрацоўнікі школы
4. Зоркі і чыноўнікі
5. Жыхары навакольных дамоў
6. Хатнія і дзікія жывёлы.
7. Школьнікі

Упэўнены, што многія вядомыя артысты з задавальненнем успомняць школьныя гады. Але лепш рабіць акцэнт на інтэрв'ю з выпускнікамі школы.

Каментар – гэта журналісцкі жанр, які паказвае актуальныя падзеі з акцэнтам на ўласным меркаванні. Галоўнай часткай слова "commentarius" з'яўляецца назоўнік "mens" (мысленне, розум, думка), падобны да нямецкага слова "meinen" (думаць, мець на ўвазе, выказваць свой пункт гледжання) і выказвае, кажучы навуковай мовай, кагнітыўны акт абгрунтаванага меркавання (13).

Найбольш распаўсюджанымі відамі каментара з'ўляюцца: калонка журналіста/рэдактара ці рэдакцыйныя матэрыялы.

Для школьнай газеты лягчэй за ўсё даваць рэдакцыйны матэрыял з практычным выкарыстаннем. Як гэта зрабіць?

У тым выпадку, калі мы прыводзім пэўную сітуацыю, трэба ці даваць карысныя тэлефоны, куды можна звярнуцца, або некалькі кропак гледжання на падзею, каб чытач мог самастойна выпрацаваць уласнае меркаванне.

8.2. Рубрыкі школьнай газеты

Рубрыка – слова або частка тэксту, якая традыцыйна напісана ці надрукаваная чырвоным колерам з мэтай яе вылучэння. У ангельскай мове "rubric" (рубрыка) – слова, запазычанае з латыні, якое азначае чырвоную вохру ці чырвоную крэйду. Падобнае вылучэнне колерам з'явілася ў сярэднявечных манускрыптах прыкладна ў 13 стагоддзі. Такім чынам, чырвоныя літары выкарыстоўваліся, каб вылучыць пачатковыя літары (у прыватнасці, псалмоў), загалоўкі частак тэкстаў або імёны

рэлігійнай значнасці. Гэтыя вылучэнні, вядомыя як рубрыкацыя, былі асобным этапам напісання манускрыпта (14).

Якія рубрыкі павінны быць у школьнай газеце, вельмі важна разумець перад пачаткам працы. Спачатку пералічым найбольш распаўсюджаныя. Таксама для зручнасці пакажам нумар паласы, адказнага і тэрміны здачы матэрыялу рэдактару.

Ніжэй мы гаворым пра рубрыкі для друкаванай газеты, але такія ж рубрыкі могуць знаходзіцца і ў насценгазеце, і на сайце (табл. №5).

Табл. №5.

№ паласы	*Рубрыка*	*Змест*
1	Навіны класа, калонка дырэктара/настаўніка	Афіцыйныя і цікавыя навіны з жыцця класа
2	Тэма нумара	Актуальная тэма для абмеркавання. Каляндарная дата, іншая цікавая падзея.
3	Я вам пішу	Лісты чытачоў-школьнікаў. Вершы, апавяданні пра цікавыя падзеі. Карысны або цікавы вопыт.
4	Бацькоўская старонка	Меркаванні бацькоў пра пэўныя сітуацыі, гісторыі з жыцця бацькоў
5	Класны алімп	Пра дасягненні ў спорце, вучобе, гуртках
6	Конкурсы, угадайкі	Спецыялізаваныя па прадметах ці простыя пра жыццё класа, школы, горада

7	Афіша/секцыі	Інфармацыя пра тое, куды можна пайсці на працягу месяца ці ў якую секцыю/гурток можна запісацца. Лепш даваць адрас, нумары тэлефонаў і кошт навучання
8	Коміксы, гумар, нашы імяніннікі	Імянінікі: школьнікі, настаўнікі. Анекдоты, вершы

Рубрыкі ў табліцы 5 – не канстанта і не аксіёма. Ніжэй прыведзены яшчэ некалькі прыкладаў рубрык для школьнай газеты.

Рубрыка “Твой памочнік” можа даваць юрыдычныя парады па правах, расказваць аб правах непаўналетніх або асновах Закона аб абароне правоў спажыўцоў. Акрамя гэтага, у ёй могуць быць карысныя парады аб тым, як правільна паводзіць сябе на вуліцы, у незвычайных сітуацыях.

Рубрыка “Гісторыя” - пра гісторыю вобласці, горада, раёна, вёскі, школы.

Рубрыка “Пытанне-адказ”. У гэтай рубрыцы можна публікаваць кароткія адказы псіхолагаў або саміх вучняў на складаныя ці простыя пытанні. Выдатны элемент зваротнай сувязі з чытачом.

А таксама:

- меркаванне эксперта;
- гульні нашага класа;
- у свеце цікавага;
- погляд на падзеі (палітычныя падзеі вачыма вучняў);
- разважанні на тэму ... (“Кропка гледжання”);
- знаёмства з вядомымі людзьмі (“Незнаёмыя знаёмцы”, “Хто на новенькага?”).

Якія стаўбцы неабходна яшчэ дадаць да табліцы 5 пры правядзенні рэдакцыйнай планёркі?

1. Калонка-нумар паласы
2. Рубрыка
3. Змест

4. Колькасць ілюстрацый (фота, малюнкаў, інфаграфіка)
5. Колькасць знакаў з прабеламі
6. Адказная асоба
7. Тэрмін здачы матэрыялу рэдактару

8.3. Крыніцы навін для школьнай газеты

У прафесійных газетах асноўнымі крытэрыямі навін лічацца:

- своечасовасць (інфармацыйная нагода);
- актуальнасць;
- блізкасць да аўдыторыі;
- незвычайнасць.

Звернем увагу на апошнія два крытэрыі.

Што яшчэ можна паставіць у навіны, акрамя афіцыйных падзей, якія адбыліся ў класе ці школе?

Імяніннікаў? Для гэтага ёсць іншы раздзел. Пераможцаў алімпіяды? Але і для іх ёсць асобнае месца.

Давайце падыдзем да стварэння навіны творча. З усмешкай! Давайце пафантазіруем, а заадно і палічым.

Колькі кілаграм складае агульная вага ўсяго класа? І ці будзе яна большай, чым, чым вага слана? А інфармацыйная нагода? Паход у заапарк або проста працэдура ўзважвання пры медаглядзе.

А рост класа? Калі ўсіх хлопчыкаў і дзяўчынак паставіць адзін на аднаго – вышыня якога дома атрымаецца?

На семінары ў Днепрапятроўску мы атрымалі шмат прыкладаў навінаў, якія з'яўляюцца вельмі цікавымі, пазнавальнымі і вясёлымі.

Вось некаторыя прыклады навін з указаннем інфармацыйнай нагоды і назвы крыніцы інфармацыі.

Табл.6

	Цікавая навіна	*Іфармацыйная нагода*	*Крыніца інфармацыі*
1	Параўнаць вагу/рост/памер абутку сярод розных класаў	Прайшлі медагляд	Медкабінет
2	Колькасць хатніх жывёл, іх імёны, разнастайнасць	Дзень аховы жывёл	Апытанне
3	Колькасць дрэў, клумб/шпакоўняў, лавак і г.д. на тэрыторыі школы	Дзень навакольнага асяроддзя	Збор інфармацыі
4	Колькі братоў і сясцёр у вучняў класа	Дзень абароны дзяцей	Апытанне
5	Абеды ў школьнай сталоўцы. Колькі катлет з'ядаюць вучні і колькі шклянак кампоту выпіваюць на працягу дня	Любая	Сталоўка, назіранне
6	У якой колькасці кабінетаў і за якой колькасцю парт вучыўся клас на працягу чвэрці/паўгоддзя/года	Вынікі чвэрці	Збор інфармацыі
7	Якога колеру вочы ў хлопчыкаў і дзяўчынак	Медагляд	Медкабінет
8	Самая папулярная секцыя сярод вучняў класа	Дзень фізкультурніка	Апытанне
9	Хто жыве бліжэй за ўсіх, а хто – далей за ўсіх ад школы	1 верасня	Апытанне
10	Колькі зычных і галосных у імёнах і прозвішчах вучняў	Дзень ведаў	Школьны журнал

І многае-многае іншае. Трэба проста адкрыць сябе і сваё сэрца для свету – і тады свет падорыць вам цікавыя навіны.

Самае дзіўнае, што інфармацыйную нагоду вы можаце прыдумаць самастойна. Дастаткова паглядзець у каляндар, а яшчэ лепш – накідаць ідэі на рэдакцыйнай планёрцы з бацькамі.

Калі вы не знайшлі нагоды, але ў вас ёсць цікавая навіна – публікуйце!

Вялікая просьба: адзначайце ў навінах станоўчыя бакі. Не рабіце негатыўных параўнальных ацэнак. Не “пужайце” чытача. Тым больш, калі ваш чытач – гэта вучань.

8.4. Як планаваць асноўную тэму выпуску газеты?

Стандартнае планаванне ідзе ў прывязцы да каляндарных дат або інфармацыйных нагодаў.

Інфармацыйная нагода – падзея, якая можа зацікавіць нашага чытача, большасць прадстаўнікоў нашай мэтавай аўдыторыі. Напрыклад, школа або клас прызнаны лепшай школай або класам горада/вёскі. Старайцеся шукаць станоўчыя інфармацыйныя нагоды. Таксама з мэтай нівеліявання чутак аб непрыемных падзеях інфармацыйнай нагодай можа служыць растлумачэнне існуючай сітуацыі. Калі гэта канфліктная сітуацыя, то – магчымасць выказаць некалькі пунктаў гледжання.

Прысвяціўшы асноўны матэрыял каляндарнай падзеі/даце, не забудзьце на рэдакцыйнай планёрцы скласці і зацвердзіць планы іншых матэрыялаў.

Памятайце, што нават у тэме нумара вы павінны падаваць матэрыялы ў прывязцы да вашага чытача. Гэта можна зрабіць, паведаміўшы пра гісторыю свята ў класе/школе або ўзяўшы каментары школьнікаў па тэме нумара.

Вось некалькі прыкладаў тэм нумароў:

1. Знаёмства:

- з пачатковымі класамі;
- з сярэднімі класамі;
- са старэйшымі класамі;
- з рознымі службамі ў школе, напрамкамі працы: спартыўнай дзейнасцю, экалагічным рухам, прававой школай і г.д.;

- з супрацоўнікамі газеты (яны могуць напісаць свае біяграфіі з доляй гумару, выдумкі).

2. Падрыхтоўка да свята

Сюды можна ўключыць усе святы, якія хвалююць і адзначаюцца падлеткамі (напрыклад, 8 сакавіка, Дзень абаронцы Айчыны, Вялікдзень).

3. Глабальныя праблемы сучаснасці (СНІД, наркаманія, алкагалізм, анарэксія, кампутарная і гульнявая залежнасць, экалогія, адсутнасць талерантнасці ў грамадстве і г.д.).

4. У свеце цікавага (адкрыцці, даследаванні, гістарычныя даведкі).

8.5. Як прыцягнуць бацькоў да ўдзелу ў стварэнні школьнай газеты?

Давайце складзем пералік пераваг для бацькоў, якія ўдзельнічаюць у стварэнні школьнай газеты. Раскажам пра перавагі ўдзелу ў школьнай газеце для дзяцей. Бо ўсе ўдзельнікі стварэння школьнай газеты атрымліваюць веды аб асновах выдавецкай справы. Бацькі могуць навучыцца працаваць у розных кампутарных праграмах, у тым ліку і для вёрсткі. Акрамя таго, з'яўляецца магчымасць больш праводзіць час разам з уласным сынам ці дачкой і атрымаць на выхадзе супольны прадукт. А што можа быць больш прыемным за агульную працу са сваім дзіцём?

Акцэнтуйце ўвагу бацькоў на звычцы чытаць, правільна і сістэмна падаваць інфармацыю.

Дайце хатняе заданне распрацаваць рубрыкі для школьнай газеты, а на школьным бацькоўскім сходзе абмяркуйце атрыманыя вынікі і рубрыкі. Запрасіце бацькоў апублікаваць радавод сям'і, дзіцячыя фота, уласныя вершы ці апавяданні. Відавочна, што сярод бацькоў ёсць нямала тых, хто піша вершы ці казкі. Распавядзіце ім пра прыклады з суседніх школ або класаў.

Раздавайце анкеты-апытальнікі для запаўнення на бацькоўскіх сходах. Бо толькі так мы можам даведацца, напрыклад, якія хатнія жывёлы жывуць у нашых вучняў і як

гэтых жывёл завуць. А ўжо затым можа зрабіць з гэтага цікавую навіну ці нават некалькі.

Такім чынам, школьная газета для бацькоў:

- гэта магчымасць адчуць дачыненне да школьнага жыцця дзіцяці;
- гэта ўсведамленне таго, што іх дзіця разумее актуальнасць сваёй ролі і вучыцца прымаць рашэнні.

Бацькоў таксама трэба "запаліць" ідэяй школьнай газеты – гэта вернецца да вас дапамогай у яе стварэнні.

8.6. Як прыцягнуць вучняў да ўдзелу ў стварэнні школьнай газеты?

Самая лепшая школьная газета – гэта газета, якая накіравана на вучняў, дзе аўтары-школьнікі належаць да той жа мэтавай аўдыторыі, якая будзе чытаць гэтую газету.

У выпуску газеты можа прымаць удзел розная колькасць вучняў. Лепш, калі на кожную рубрыку будзе адзін ці два аўтары. Памятайце, што групай з 10-12 чалавек кіраваць складаней. Працягласць рэдакцыйных планёрак не павінна перавышаць 40-45 хвілін. Калі вы затрымаліся на больш працяглы час, зрабіце перапынак.

Можна напісаць, што атрымае вучань ад удзелу ў выданні школьнай газеты. У любым выпадку, вучні павінны разумець, што ім дасць удзел у стварэнні школьнай газеты.

Пра тое, што дае вучням удзел у працэсе стварэння школьнай газеты, можна пачытаць у раздзеле "Мэта стварэння школьнай газеты", а яшчэ нашы юнкары *навучацца*:

- праводзіць сацыялагічныя даследаванні, рэйтынгі, апытанні;
- браць інтэрв'ю і знаёміцца з цікавымі людзьмі.

змогуць:

- апублікаваць у газеце аб'явы, рэкламу, віншаванні;
- праводзіць конкурсы, святы, "ток-шоў";
- выкарыстоўваць для працы школьную кампутарную і капіравальную тэхніку;

- распаўсюджваць газету сярод навучэнцаў і настаўнікаў школы;
- узнагароджвацца і заахвочвацца за ўдзел у рабоце школьнай прэсы з боку адміністрацыі.

І, нарэшце, стаць журналістам з рэдакцыйным пасведчаннем, а таксама даведацца шмат цікавага на экскурсіі ў друкарні або рэдакцыі газеты.

Праз некаторы час, калі дзеці асвояцца ў працы рэдакцыі, можна давяраць старшакласнікам выпуск газеты – гэта стымулюе іх дзейнасць і зробіць нумар больш прывабным для вучняў.

8.7. Хто з настаўнікаў можа прымаць удзел у стварэнні школьнай газеты?

Любы з настаўнікаў школы можа прыняць удзел у стварэнні школьнай газеты. Настаўнікі беларускай і рускай мовы і літаратуры звычайна выступаюць або ініцыятарамі стварэння школьнай газеты, або актыўнымі ўдзельнікамі. Пры гэтым адзін з настаўнікаў можа быць карэктарам, а другі –рэдактарам.

Настаўнік па інфарматыцы звычайна адказвае за дызайн, вёрстку і друк газеты.

Настаўнікі матэматыкі, прыродазнаўства, гісторыі, фізкультуры, працоўнага навучання і іншых прадметаў могуць адказваць за навіны. Напрыклад, кожны настаўнік можа прадстаўляць па адной навіне на кожны клас раз у месяц. Гэта ўжо цікава.

Несумненна, нехта адмовіцца, нехта не зможа прымаць удзел у стварэнні школьнай газеты. Шукайце кантакт, абмяркоўвайце, прапануйце, настойвайце і атрымлівайце вынік. Нават калі настаўнікі працоўнага навучання або фізкультуры не змогуць даць вам навіны, то няхай дадуць інфармацыю, колькі разоў падцягнуліся хлопчыкі на фізкультуры ці колькі паштовых скрынь было выраблена на ўроку працоўнага навучання.

Не адмаўляйцеся ад дапамогі прадстаўнікоў псіхалагічнай службы, сацыяльнага работніка, педагога-арганізатара. Гэтыя людзі заўсёды ў курсе падзей, якія адбываюцца ў школе, яны да-

памогуць у выбары тэмы, пракаментуюць ужо падрыхтаваны матэрыял.

8.8. Фармалізацыя працэсу працы школьнай газеты

Як і ў прафесійным выданні, неабходна складзі структурную схему газеты (гл. раздзел "Схема рэдакцыі школьнай газеты").

Распісаць службовыя абавязкі для ўсіх удзельнікаў працэсу.

Весці рубрыкатар, графік здачы палос, рэдакцыйны партфель (гл. раздзел "Рубрыкі школьнай газеты").

Школьнае выданне – справа агульная, а не асабістая. Калі адміністрацыя падтрымлівае свабоду і дэмакратыю ў адносінах "настаўнік – вучань – бацькі", то газета будзе існаваць доўга і стане ўзорам свабоды слова ў школе. Важна правільна арганізаваць працу з дзецьмі, каб працэс стварэння газеты прыносіў ім задавальненне.

9. КРЫНІЦЫ ФІНАНСАВАННЯ ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ

Верагодна, гэта пытанне, з якім сутыкаюцца кіраўнікі многіх школьных газет, асабліва тыя, хто марыць аб якаснай паліграфіі. Існуе некалькі шляхоў друку школьнай газеты. Дзякуючы парадам Марыны Асюхінай мы прапаноўваем такія формы фінансавання:

Спосаб 1. Пераканаць дырэктара вылучыць сродкі са школьнага бюджэту.

Спосаб 2. Звярнуцца да бацькоўскага камітэту і выдаваць газету за рахунак бацькоў.

Спосаб 3. Існаваць за "жывыя" грошы – гэта значыць, прадаваць газету школьнікам і тым самым пакрываць выдаткі на друк.

Спосаб 4. Знайсці спонсара за межамі школы, які можа падтрымаць вашу ініцыятыву. Гэта можа быць грамадская арганізацыя, дабрачынны фонд, любая іншая камерцыйная арганізацыя. У прыватнасці, можна зрабіць аб'яву сярод вучняў школы, каб знайсці спонсараў для выдання газеты сярод бацькоў ці іх сваякоў.

Спосаб 5. Звярнуцца па дапамогу ў друкарню ці рэдакцыю вядомай у горадзе газеты.

Для гэтага варта арганізаваць для вучняў экскурсію ў выдавецтва або друкарню: дзеці зацікавяццца пабачаным і пачутым, а кіраўнік друкарні або галоўны рэдактар могуць вырашыць аказаць дапамогу ў выданні газеты. Пры гэтым пажадана паведаміць рэдактару, што дзеці – гэта будучыя чытачы яго

газеты, што ў іх трэба выхоўваць звычку да чытання. Падобныя прыклады можна знайсці ў праграме “Газета ў адукацыі” WAN / IFRA.

Спосаб 6. Нельга выпускаць з поля зроку выпускнікоў школы, якіх таксама можна прыцягнуць да фінансавання або стварэння СМІ.

Спосаб 7. Пастаўце скрыні ці пакеты для макулатуры ў класах. Арганізуйце збор макулатуры ў школе.

Спосаб 8. На стварэнне сайта можна атрымаць грант – гэта таксама праект. Для гэтага Вам неабходна паказаць вашае выданне. Калі Вы толькі пачынаеце, то можаце раздрукаваць газету на школьным прынтары. Вядома, якасць будзе не самай лепшай і, верагодна, давядзецца склейваць лісты або злучаць іх стэплерам, аднак гэта выдатны эканамічны варыянт.

Але перш чым выбіраць той ці іншы спосаб, вы павінны ведаць дакладна, колькі грошай на выпуск нумара вам трэба. Для гэтага варта параўнаць расцэнкі друкарняў вашага горада, а потым звязацца з менеджэрам і папрасіць разлічыць, колькі будзе каштаваць выпуск вашай газеты. Для гэтага вы павінны ведаць, колькі старонак будзе ў вашай газеце, яе фармат, наклад, ці будуць у газеце каляровыя старонкі. Часам друкарня можа папрасіць у вас выпуск, каб пралічыць выдаткі больш канкрэтна.

Часам кіраўнікі незарэгістраваных школьных газет перажываюць, што іх выданне не надрукуюць. Аднак гэта не праблема, калі не заяўляць вашу газету як газету. Назавіце сваё выданне эксперыментальным праектам, раздатачным творчым матэрыялам – і вам абавязкова пойдуць насустрач.

Аднак калі вы хочаце, каб ваша газета сапраўды была сур’ёзным выданнем, выдаткуйце свой час на яе рэгістрацыю.

10. РЭГІСТРАЦЫЯ САЙТА ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ

Для рэгістрацыі сайта ў даменнай зоне краіны неабходна зайсці на любы з сайтаў, які прапануе рэгістрацыю даменных імёнаў, напрыклад, *http://hoster.by.* Далей трэба карыстацца падказкамі інтэрнэт-платформы.

Пры гэтым трэба звярнуць увагу на на два моманты. Па-першае, даменны адрас лепш рэгістраваць у вашай даменнай зоне. Напрыклад у Магілёве – mogilev.by, у Берасці – brest.by.

Далей вы можаце на лацінцы або кірыліцы рэгістраваць ваш сайт. Пажадана, каб даменнае імя цалкам паўтарала назву вашай газеты.

Ці трэба ўказваць нумар школы пасля назвы сайта, вам трэба вырашыць самастойна.

У любым выпадку, чым прасцей даменны адрас, тым лепш яго запомніць. Калі назва газеты складаецца з некалькіх слоў, то ў назве сайта можа быць скарачэнне з першых літар або абрэвіятуры, зручнай для чытання.

Не забывайце аплачваць хостынг вашага сайта.

11. РЭГІСТРАЦЫЯ І ПРАСОЎВАННЕ ГАЗЕТЫ Ў САЦЫЯЛЬНЫХ СЕТКАХ

Укантакце

У час напісання дадзенага модуля найбольш распаўсюджанай сярод школьнікаў сацыяльнай сеткай, на думку аўтара і майго калегі па падрыхтоўцы раздзела Алены Дрыгы, з’яўляецца сацыяльная сетка Укантакце.

Прасоўваць выданне ў гэтай сацсетцы можна двума шляхамі: стварыўшы групу ці старонку. Больш наведвальнымі і папулярнымі Укантакце сёння з’яўляюцца старонкі. Іх перавага ў тым, што спіс старонак адлюстроўваецца ў кожнага карыстальніка ў прафайле (яго нельга схаваць).

Каб стварыць групу або публічную старонку Укантакце, патрэбна:

1. Зайсці ў сваім прафайле ва ўкладку *Мае групы*. Справа ўверсе ёсць укладка *Стварыць суполку*.
2. Націснуўшы на гэтую ўкладку, выбіраем:
   - група;
   - публічная старонка;
   - мерапрыемства (апошняе нас не цікавіць).
3. Далей неабходна ўвесці назву групы (старонкі) і ў новым акне выбраць яе тып. Пры стварэнні СМІ лагічна будзе абраць: “Кампанія, арганізацыя або вэб-сайт”.

4. У новым акне, акрамя назвы старонкі, можна прапісаць і яе адрас.
5. У тым жа акне ў наступным радку выбіраем *Катэгорыю – СМІ*.
6. У апісанні (усё тое ж акно) можаце распавесці пра вашу газету: тэматыка, перыядычнасць, дата стварэння. Тут таксама варта абавязкова пазначыць горад, у якім вы знаходзіцеся – гэта спросціць пошук для вашых чытачоў.
7. Па жаданні можна тут жа паказаць вэб-сайт (калі ён у вас ёсць), дату стварэння старонкі. Каментары можна як уключыць, так і выключыць. Тут няма гатовых рэцэптаў, але, як правіла, сацыяльныя сеткі – адзін з галоўных інструментаў зносін з чытачамі, і выключэнне каментароў аўтаматычна пазбаўляе вашу старонку адной з галоўных пераваг – дыялогу з аўдыторыяй.
8. Тут жа можна наладзіць экспарт у Твітар. Для гэтага трэба, каб у вашага выдання ўжо існавала старонка ў Твітары – тады ўсё, што вы напішаце ў сваім Паблік ВК, будзе аўтаматычна трансляватца і ў стужку падпісчыкаў у Твітары.
9. Па жаданні можна ўключыць/выключыць спасылкі, фотаальбомы, відэазапісы, аўдыёзапісы, абмеркаванні, мерапрыемствы, месцы, кантакты на вашай старонцы. Каб вырашыць, ці патрэбныя яны вам, трэба, як і ў выпадку з вашым асабістым прафайлам, разумець, наколькі ваша СМІ адкрыта для публікі.

Кожны з гэтых інструментаў можна выкарыстоўваць для стварэння пазітыўнага іміджу выдання. Напрыклад, у фотаальбомах можна выкладаць фотаздымкі з рэдакцыйных планёрак і дзён нараджэння/святаў, якія адзначаюцца ўсёй рэдакцыяй (няхай чытачы бачаць, што за газетнымі радкамі стаяць рэальныя людзі – такія ж, як яны). Таксама можна (і трэба) стварыць фотаальбом *Нашы чытачы*. Аднойчы размясціўшы фота там, чалавек абавязкова вернецца ў вашу групу (старонку) зноў – хоць бы для

таго, каб палічыць колькасць лайкаў і паглядзець на каментары, а таксама параўнаць сябе з іншымі асобамі ў альбоме.

У відэазапісах можна выкласці як фрагменты мерапрыемстваў, звязаных з вашым выданнем, так і нейкія пазітыўныя, смешныя відэакліпы, магчыма, і музычныя. Усё залежыць ад тэматыкі вашай газеты і ад таго, наколькі добра вы адчуваеце сваю аўдыторыю. Тое ж датычыцца і аўдыёзапісаў – іх можна пакінуць пустымі, а можна напаўняць і дзяліцца ў навінах з падпісчыкамі – вядома, не ў выпадковым парадку, а па тэме – суправаджаючы тое ці іншае паведамленне. Карысна паглядзець, як гэта робяць на старонцы *Лента.ру* (http://vk.com/lentaru).

У абмеркаваннях можна папрасіць чытачоў пракаментаваць змест вашага выдання, прапанаваць нейкія тэмы і ідэі, але практыка паказвае, што сёння карыстальнікі Укантакце больш схільныя абмяркоўваць усе прама ў навінах пад вашым чарговым постам.

10. Не забудзьцеся загрузіць аватар з лагатыпам вашага выдання (гэта можа быць таксама ваша вокладка) – для гэтага ў верхнім правым куце старонкі націсніце на спасылку *Загрузіць фотаздымак* (пад значком фотаапарата) і абярыце патрэбнае фота на сваім кампутары.
11. Галоўны складнік любой старонкі або групы – гэта навіны. Не рэкамендуецца пісаць іх больш за 3-5 у дзень,таму што людзі могуць проста пачаць адпісвацца з-за т.зв. “флуду”.

Што пісаць у навінах групы, кожны выбірае для сябе сам. Самы просты спосаб – праанансаваць адзін з вашых матэрыялаў, размешчаных на сайце: пішам назву, лід да матэрыялу, спасылку і абавязкова ставім фота (Лента.ру абавязкова забяспечыць гэты пост таксама песняй). Каб дадаць да тэксту навіны фотаздымак, відэа ці аўдыё, трэба націснуць на ўкладку *Прымацаваць* пад акном з запісам. У новай укладцы, акрамя аўдыё, фота, відэа можна выбраць:

графіці (з дапамогай графіці можна віншаваць чытачоў са святамі ці проста жадаць ім добрай раніцы і добрага дня; до-

брае графіці абавязкова вылучыць матэрыял з шэрай масы стужкі навін);

дакумент (гэта можа быць усё, пачынаючы ад кніжкі, якую вы адрэцэнзавалі ў вашым артыкуле, заканчваючы пацешным гіф-файлам, які прымусіць чытача ўсміхнуцца – але звычайна на старонках СМІ гэтай функцыяй карыстаюцца рэдка);

таймер (гэтая функцыя дазволіць вам апублікаваць вашу навіны ў любы час – нават калі вас не будзе за кампутарам. Гэта вельмі зручна. Бо калі вы хочаце, каб вашу старонку чытала як мага больш людзей, няма сэнсу публікаваць паведамленні адным масівам у адзін і той жа час. Лепш напісаць пару пастоў раніцай, адзін у абед і яшчэ пару ўвечары – такім чынам вы ахопіце ўсіх вашых падпісчыкаў Укантакце за дзень, а не толькі іх траціну;

карта (карысная, калі вы паказваеце ў сваім паведамленні на канкрэтныя месцы – напрыклад, пішаце аб нейкім мерапрыемстве, што пройдзе неўзабаве, і падказваеце, як дабрацца да месца прызначэння);

апытанне (большасць карыстальнікаў сацсетак гультаяватыя і не будуць пісаць каментары, але націснуць кнопку адказу ў апытанні могуць без праблем. Таму выкарыстоўваць гэтую функцыю трэба. Самы просты спосаб – папрасіць ацаніць артыкул (ці ўвесь нумар газеты). А можна зрабіць наступным чынам: папрасіць чытачоў не ацэньваць гатовы вынік працы, а дапамагчы вам яе выканаць. Для гэтага трэба прапанаваць чытачам некалькі тэм/герояў і папрасіць прагаласаваць. У каментарах яны таксама могуць прапанаваць свой варыянт. Такім чынам у вас з’явяцца новыя тэмы, а чытачы будуць з нецярплівасцю чакаць выхаду новага нумара, каб убачыць артыкул пра тое, што выбралі ЯНЫ.

12. Акрамя размяшчэння рэгулярнага кантэнту (анонсы матэрыялаў) важна таксама мець зносіны з чытачамі. Гэта можа рабіць кожны журналіст.

Напрыклад, карэспандэнт можа расказваць пра той рэзананс, які выклікаў матэрыял, пра забаўныя выпадкі, якія адбыліся на працягу стварэння артыкула, абмяркоўваць з чытачамі сам матэрыял і выказванні тых ці іншых яго герояў і да т.п. А галоўны рэдактар, ён жа настаўнік мовы і літаратуры, можа выступіць своеасаблівым тамадой, распавёўшы чытачам, што сёння, між іншым, дзень нараджэння шарыкавай ручкі (і адразу ж прапанаваць матэрыял – агляд самых незвычайных ручак), можа пасціць па раніцах і перад сном цікавыя малюнкі, цытаты, песні (ці ўсё адразу), жадаючы наведвальнікам старонкі добрага дня і добрых сноў. Ён можа прапанаваць ім абмеркаванне: падзяліцца адзін з адным любімай песняй, цікавымі фільмамі, абмеркаваць кнігу або серыял або важную для горада падзею (тут успамінаем пра функцыю *Прымацаваць апытанне*).

13. Яшчэ адзін спосаб прыцягнуць чытачоў на ваш сайт – своеасаблівыя актывацыі. Так, можна прапанаваць ім гульню. Накшталт "Адгадайце, колькі на сайце сёння будзе матэрыялаў", "Адкажыце на дадзенае пытанне" (адказ схаваны ў адным з артыкулаў на сайце). А можна папрасіць іх сабраць мазаіку з цікавага фота, якое (у поўным варыянце) таксама ёсць на вашым сайце.
14. Безумоўна, адзін з галоўных спосабаў прасоўвання ў сацсетках – гэта конкурсы. Самы надзейны – *Like and Share*. Трэба стварыць паведамленне, папрасіць перапосціць яго, паведаміўшы, што праз вызначаны час сярод тых, хто зрабіў рэпост, у выпадковым парадку (Рэндзі) будзе абраны шчаслівы ўладальнік айфона (квітка на канцэрт папулярнай групы, курткі з лагатыпам выдання – тут усё залежыць ад плацёжаздольнасці газеты, хоць да конкурсаў заўсёды можна прыцягнуць і спонсараў). Гэта самы просты спосаб правядзення конкурсу *Like and Share*. Шчасліваму пераможцу – прыз, а вам – новыя падпісчыкі групы і новыя наведвальнікі сайта.

Іншы варыянт – правесці фотаконкурс: карыстальнікі выкладваюць свае фота і просяць сяброў прагаласаваць (лай-

кнуць) або пакінуць каментар за іх на старонцы групы (а для гэтага ў групу часта трэба яшчэ і ўступіць).

Усе гэтыя спосабы прасоўвання ў той ці іншай ступені актуальныя і для іншых папулярных сацсетак.

Як стварыць групу ў Фэйсбуку

1. На галоўнай старонцы ў раздзеле *Групы* (злева, трэці раздзел ніжэй пасля фота) націсніце *Стварыць групу*.
2. У новым акне называеце яе і (вялікі плюс Фэйсбука) – адразу ж выбіраеце, каго вы ў гэтую групу дадасце са сваіх сяброў – у адрозненне ад Укантакце іх пацверджанне не патрабуецца.
3. У гэтым жа акне выбіраеце ўзровень прыватнасці групы (адкрытая, закрытая, сакрэтная). У групе СМІ пераважае першы варыянт.
4. Далей у новым акне выбіраеце ўпадабаны вамі значок для абазначэння групы.
5. У новым акне групы пад фота ўдзельнікаў справа будзе значок *шасцярэнькі* – націснуўшы на яго, вы выбіраеце ўкладку *Рэдагаваць наладкі групы.* Тут трэба стварыць *Апісанне групы*. Можна, таксама як і Укантакце, змяніць адрас групы. Таксама тут вы выбіраеце тых, хто можа пісаць у вашай групе: усе ўдзельнікі або толькі адміністратары. Таксама можна выбраць, ці трэба адабрэнне адміністратара на публікацыю.

Як і ў Укантакце, у Фэйсбуку ёсць старонкі, якія, у адрозненне ад груп, з’яўляюцца больш прыкметнымі. Каб стварыць старонку ў Фэйсбуку, патрэбна:

Апусціцца ў самы ніз галоўнай старонкі Фэйсбука і націснуць *Стварыць старонку.*

1. У новай укладцы выбраць “Кампанія, арганізацыя або ўстанова” (для СМІ). Пасля ў прапанаваным спісе выбіраеце СМІ/Навіны/выдавецкая справа, у наступным полі прапісваеце назву вашага СМІ.

2. У новым акне вы можаце дадаць апісанне вашага СМІ і спасылку на вэб-сайт, а таксама пацвярджаеце, што вы ствараеце старонку для рэальнага СМІ, што гэта афіцыйная старонка.
3. У новым акне трэба загрузіць аватар для вашай старонкі (фота, якое змяшчае лагатып выдання).
4. Наступны крок – рэкламаваць старонку – можна пакуль прапусціць.
5. У новым акне лайкніце старонку першым і прапануйце зрабіць гэта сябрам.
6. Каб наладзіць старонку, націсніце *Рэдагаваць старонку* (уверсе каля панэлі адміністратара), а пасля ў меню абярыце *Рэдагаваць налады*.
7. Злева на экране адкрыецца магчымасць рэдагаваць налады ў дзесяці катэгорыях. Напрыклад, у радзеле Асноўная інфармацыя таксама можна змяніць адрас старонкі, але не раней чым пасля таго, як яна набярэ 25 лайкаў (у адрозненне ад Укантакце папулярнасць старонкі тут вымяраецца не падпісантамі, а лайкамі). Тут жа можна дадаць адрас электроннай пошты для сувязі з чытачамі або тэлефон рэдакцыі. Ва ўкладцы Рэсурсы можна, як і Укантакце, наладзіць трансляцыю публікацый у Твітар.

Як стварыць старонку ў Аднакласніках:

1. Націскайце ўкладку *Групы* – адразу пад вашым імем на галоўнай старонцы.
2. На новай старонцы – першы квадрацік “Стварыць групу”.
3. У новай укладцы выбіраеце тып групы (у нашым выпадку – *Для бізнэсу*).
4. У адкрытым акне прапісваеце назву вашага СМІ, апісанне, ва ўкладцы – тып дзейнасці, выбіраеце *Кампанія*, а ў катэгорыі - *СМІ*.
5. Пад катэгорыяй трэба націснуць на спасылку *Пазначыць кантактную інфармацыю* і прапісаць горад, адрас і тэлефон рэдакцыі, а таксама вэб-сайт (калі ёсць).

6. Зверху справа, каля назвы і апісання, ёсць квадрат з выявай фотаапарата. Загрузіце аватар для будучай групы, націснуўшы на спасылку *Загрузіць малюнак*.
7. У новым акне групы вы можаце запрасіць далучыцца да яе сяброў – першая ўкладка злева, адразу пад фотаздымкам групы.
8. Наступная ўкладка (другая пад фота) – арыгінальная функцыя Аднакласнікаў – дае магчымасць адразу ж стварыць фотаконкурс.
9 І, нарэшце, у чацвёртай укладцы пад фота ў наладах пажадана прапісаць ключавыя словы – яны дапамогуць вашым чытачам знайсці старонку вашага сайта ў Аднакласніках хутчэй.
10. У групе можна ствараць тэмы для абмеркавання (другая ўкладка – *Тэмы* – пад назвай групы), ёсць магчымасць дадаваць у іх спасылкі, фотаздымкі, музыку і апытанні.

Каб стварыць навіны (падобна як Укантакце і Фэйсбуку) трэба націснуць на апошнюю ўкладку з радка пад назвай *Яшчэ*. Навіны таксама можна забяспечыць дадатковымі спасылкамі, фотаздымкамі, музыкай і апытаннямі.

12. ДЫЗАЙН І ВЁРСТКА ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ

Самымі распаўсюджанымі праграмамі для вёрсткі газет з’яўляюцца *Adobe InDesign* і *QuarkXPress*. Гадоў 15 таму ў выдавецкай справе выкарыстоўвалася такая праграма, як *Adobe Page Maker*, але ў канцы 90-х гадоў мінулага стагоддзя кампанія Adobe трансфармавала гэты прадукт з рэвалюцыйнымі зменамі і істотнымі паляпшэннямі ў *Adobe InDesign*. У цяперашні час *Adobe Page Maker* выкарыстоўваецца толькі некаторымі рэгіянальнымі выданнямі – прагрэсіўныя выданні выкарыстоўваюць больш сучасныя праграмныя прадукты. Таксама на рынку існуе яшчэ адзін праграмны прадукт кампаніі Corel – *Corel Ventura Publisher*, аднак у нас ён не моцна распаўсюджаны з-за складанага тэхналагічнага ўзаемадзеяння з друкаванымі машынамі ў друкарнях. Пры выбары праграмы для вёрсткі школьнай газеты лепш звярнуць увагу на два фактары: першы –распаўсюджанасць і добрая сумяшчальнасць з сучаснымі друкавальнымі машынамі, другі – кошт праграмы.

Слоўнік тэрмінаў (15)

- **Вёрстка** – размяшчэнне тэксту і графікі на пэўным фармаце.
- **Паласа** – фармат, на якім Вы будзеце працаваць. Можа быць любога памеру.
- **Гарнітура** – тып шрыфта.
- **Калонка** – частка тэксту.
- **Кеглі** – памер шрыфта.
- **Заліць тэкст** – змясціць тэкст у графічны блок.

- **Інтэрліньяж** – адлегласць паміж радкамі.
- **Кропка** – адзінка вымярэння ў паліграфіі (pt). Амерыканская кропка роўная 0,356 міліметра.

Задачы дызайну газеты:

- Прыцягнуць увагу чытача;
- Утрымаць увагу чытача;
- Дапамагчы чытачу лепш арыентавацца ў газеце.

Адзін з метадаў канструявання шматпалосных выданняў – стварэнне модульнай сеткі.

Модульная сетка – нябачная структура старонкі (Джэймс Фелічэ).

Гэта як фігура, на якую падбіраецца адзенне.

Колькасць калонак газеты

Фармат А2	*Фармат А3*	*Фармат А4*
8 калонак (45 мм) часам 9–10 калонак (40 і 36 мм адпаведна)	5 калонак (49,5 мм) 6 калонак (40,5 мм) часам 4 калонкі (56,5 мм)	3 калонкі (54 мм) 4 калонкі (40,5 мм) часам 2 калонкі (76–77 мм)

Памер сярэдніка – не меншы за памер ітэрліньяжу і не больш за шырыню вертыкальнага поля.

Колькасць радкоў у загалоўку

Колькасць калонак у матэрыяле	1	2	3	4	5	6
Колькасць радкоў у загалоўку	3-4	2-3	1-2	1	1	1

Загаловак з вялікіх літар:

- Нечытэльны (цяжка ўспрымаецца) (Tinker)
- Займае шмат месца.

Першая старонка таблоіда

1 36 – 38 пт
2 18 – 30 пт
3 24 – 36 пт
4 18 – 24 пт
5 24 – 36 пт

Шырыня калонкі газеты

Памер аптымальнай даўжыні радка ў залежнасці ад кегля шрыфта (А.А. Рэфарматарскі, Н.А. Галавіна)

Кегль шрыфта	7	8	9	10	11-12	14-16
Даўжыня радка паводле даследаванняў, у мм	36-54	45-72	63-81	72-99	90-126	117-11

Газетная паласа

- Паласа – гэта запоўненая плошча газетнай старонкі;
- Звычайна паласа займае 4/5 плошчы газетнай старонкі;
- Паласа газеты фармату А3 можа быць прыблізна 257 × 379 мм.

Чытач «засвойвае»:

- 75-80% усіх ілюстрацый;
- 56% загалоўкаў;
- 31% "інфармацый-брыфаў";
- 29% подпісаў да фотаздымкаў.

Ілюстрацыі – галоўныя "кропкі ўваходу" для чытання газеты. Даследаванні EyeTrack 2007

Друкаваныя выданні:

Чытачы больш аддаюць перавагу разбіўцы матэрыялу на кароткія інфармацыйныя блокі, чым вялікім масівам тэксту. Добра чытаюцца блокі кароткіх навінаў.

Інтэрнэт-выданні

амаль кожны другі-трэці чытач, выбраўшы інфармацыю, якую ён хоча прачытаць, дачытваў яе цалкам. Чытачы дзеляцца на "сканараў" і "метадычных" чытачоў.

"Метадычныя" чытачы:

- чытаюць зверху ўніз без пераскоквання з аднаго матэрыялу на іншы;
- перачытваць некаторыя матэрыялы;
- выкарыстоўваюць сістэму навігацыі, прапанаваную меню (у інтэрнэт-выданнях) для пошуку артыкулаў.

"Сканары":

- праглядаюць старонкі, загалоўкі і візуальныя элементы без чытання ўсіх тэкстаў;
- чытаючы артыкул, могуць пераскочыць да фотаздымка або іншага элемента на паласе, не вяртаючыся да артыкула наогул;
- праглядаючы кароткія анонсы, выбіраюць адзін з іх.

"Метадычныя" чытачы аддаюць перавагу поўнафарматным выданням, "сканары" – таблоідам. Палова чытацкай аўдыторыі інтэрнэт-выданняў з'яўляецца сканарамі.

На што найперш звяртаецца ўвага:

- вялікія загалоўкі і вялікія фота на старонках друкаваных выданняў;
- сістэмы навігацыі, прапанаваныя меню, сістэма анонсаў і г.д. на старонках інтэрнэт-выданняў.

Фотаздымкі:

- памер фотаздымка на паласе адыгрывае значную ролю: чытач заўважае 50% вялікіх фотаздымкаў і толькі 20% маленькіх;
- каляровыя фота на 20% прыцягваюць больш увагі, чым чорна-белыя;
- навінавыя (дынамічныя) фотаздымкі прыцягваюць больш увагі, чым пастановачныя (студыйныя);
- маленькія партрэтныя фота (mug shots) прыцягваюць адносна невялікую ўвагу.

Асноўныя высновы паводле Mario R. Garcia:

1. Чытачы не страцілі здольнасць чытаць уважліва. Але большасць чытачоў прыдзірлівыя і хочуць выбіраць, што яны будуць чытаць.

Важна: пераканайцеся, каб матэрыял, які з'яўляецца з вашага пункту гледжання найбольш значным і павінен быць абавязкова прачытаным, быў звярстаны "з разынкай".

2. Чытачы нецярплівыя. Усе мы сканары, мы бегла праглядаем выданні, але многія з нас становяцца метадычным чытачом, калі мы знаходзім гісторыю, якая нас зацікавіць.

Важна: рэдактары і вярстальшчыкі павінны забяспечыць добра распрацаваныя навігацыйныя інструменты, каб дазволіць сканарам выбіраць тое, што яны хочуць прачытаць.

Урэзкі, анонсы, інфаблокі, вылучэнні, дадатковыя кропкі "ўваходу" - усё гэта тое, чым мы інфармуем чытача, працягваем яго ўвагу.

3. Якое сучаснае значэнне друкаваных навін?

Раней навіны вызначалі як "тое, што Вы даведаецеся сёння, пра што не ведалі ўчора" (шэф-рэдактар "Нью-Ёрк Таймс" Turner Catledge). Сёння азначэнне навін наступнае: навіны – гэта тое, што Вы ўчора даведаліся, але зразумець павінны сёння.

Важна: інтэрнэт-выданні маюць усе часавыя і тэхналагічныя перавагі, каб прапанаваць "гарачыя" паведамленні, у той час як друкаваныя выданні павінны сканцэнтравацца на дэталізаванай інфармацыі і аналітычных аглядах тых навінаў, якія былі першымі апублікаваныя ў інтэрнэт-выданнях.

Шрыфты, выбар шрыфтоў

Дастаткова трох сямействаў:

- для загалоўкаў
- для асноўнага тэксту
- для падзагалоўкаў, каментароў, урэзак і г.д.

Некаторыя правілы, якія выкарыстоўваюцца ў газетах:

1. Для ўсёй газеты пажадана выкарыстоўваць тры, максімум пяць варыяцый шрыфтоў.
2. Ніколі без асаблівай патрэбы не змяняць параметры шрыфта па змоўчанні (не дэфармаваць шрыфт).
3. Міжрадковы інтэрвал у тэксце для чытэльнасці павінен быць большым за памер шрыфта на 1-2 пункты.
4. Шрыфт загалоўкаў, як правіла, варта рабіць арыгінальным, добра чытэльным з адлегласці 1-1,5 метра (прыкладная адлегласць для чалавека, які глядзіць на вітрыну газетнага кіёска), без засечак, напісанне – Condensed для большай умяшчальнасці знакаў.
5. Для загалоўкаў другога і трэцяга ўзроўню можна выкарыстоўваць розныя варыяцыі асноўнага шрыфта загалоўкаў. Памеры шрыфта – на тры-дзесяць кегляў большыя за памер асноўнага тэксту. Асноўны тэкст памерам ад 1/4 паласы набіраецца лёгка чытэльным шрыфтам з засечкамі. Абавязкова наяўнасць у шрыфце варыянтаў Bold і Italic.
6. Для асноўнага тэксту памерам менш за 1/4 паласы выкарыстоўваецца прамы шрыфт без засечак. Абавязкова наяўнасць у шрыфце варыянтаў Bold і Italic.
7. Подпісы да фота – прамы шрыфт без засечак. Памер на пару кегляў меншы за асноўны тэкст.
8. Урэзкі ў тэкст – любы з асноўных шрыфтоў тэксту. Выкарыстоўваюцца варыянты Bold або Italic. Памер – такі ж, як у асноўнага тэксту (тады “паветра” вакол больш) або на тры-пяць кегляў большы.

Высновы

Ні ў сістэме выкарыстання, ні ў стылях афармлення тэкставых шрыфтоў паміж часопісамі і газетамі няма прынцыповых адрозненняў. Тэкставы шрыфт і ўмовы яго выкарыстання – гэта тое агульнае, што аб’ядноўвае перыядычныя выданні.

Галоўныя эстэтычныя патрабаванні да афармлення газеты або часопіса залежаць ад іх тыпу і прад'яўляюцца не столькі да віду шрыфта, колькі да яго добрай чытэльнасці, да адзінства афармлення, якое стварае газеце ці часопісу пэўнае аблічча ў адпаведнасці з іх прызначэннем.

У сучасных перыядычных выданнях назіраюцца наступныя супярэчныя тэндэнцыі:

1. патрабуецца лёгкая чытэльнасць шрыфта і адзінства стылю;
2. неабходна змясціць як мага больш тэксту. Для гэтага памяншаецца інтэрліньяж (ды і кегель), што характэрна для мясцовых газет, звужаецца шрыфт да памежных значэнняў пры такім жа памежным кеглі.

13. ТЫПОВЫЯ ПАМЫЛКІ ПРЫ ВЁРСТЦЫ І ПАДРЫХТОЎЦЫ МАТЭРЫЯЛАЎ ДЛЯ ШКОЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ

1. Інтэрв’ю ў выглядзе “надраць цытат”, не звязаных паміж сабой. Трэба памятаць, што інтэрв’ю лічыцца самым складаным жанрам для прафесійнага журналіста.
2. Кожная папка павінна мець у назве як мага больш інфармацыі, але ў той жа час мець лаканічную назву. Напрыклад, “Папка аўтара” можа ўтрымліваць як электронныя адрасы, так і фота аўтараў. У гэтым выпадку з’яўляюцца дзве папкі: адна – “Фота аўтараў”, другая “Адрасы аўтараў”.
3 Фотаздымкі ў папцы не падпісаныя. Трэба ведаць, што калі кожнае фота падпісана, гэта асобная інфармацыя для чытача.
4. Фотаздымак не мае ніякага дачынення да матэрыялу. Незразумела, чаму ён там апынуўся.
5. Вялікія складаныя сказы, якія займаюць тры і больш радкоў – гэта таксама памылка.
6. Адсутнічае разбіўка па палосах на аркушы фармату А3 з адказнымі за матэрыял і назвамі артыкулаў.
7. Фота аўтара або герояў матэрыялу ў сонцаахоўных акулярах дапускаюцца ў тым выпадку, калі ў артыкуле ідзе гаворка пра сонцаахоўныя акуляры або аўтар дрэнна бачыць.

14. ГАЗЕТА НА ШКОЛЬНЫМ УРОКУ

Амерыканскія аўтары С. Шэйбі і Фэйз Рогаў у падручніку для настаўнікаў «Медыяпісьменнасць» (19) прадставілі сфарміраваны на працягу апошніх трох з паловай дзесяцігоддзяў у ЗША адукацыйны падыход да выкладання курса Медыяпісьменнасць. Гэты падыход абапіраецца на базавыя прынцыпы медыяадукацыі, зафіксаваныя ў "Ключавых прынцыпах адукацыі па медыяпісьменнасці" ў ЗША (NAMLE, 2007): даследаванні, пісьменнасць і інтэграванасць.

У прыватнасці, па выкарыстанні газеты падчас медыяадукацыйных заняткаў яны прапаноўваюць наступныя правераныя практыкі:

- навучэнцы могуць быць прыцягнутыя да аналізу таго, як пэўную важную падзею асвятляюць у друкаваных СМІ і ў інтэрнэт-выданнях, што будзе спрыяць развіццю навыкаў дэкадавання (аналізу) медыятэкстаў;
- пры абмеркаванні сучасных або гістарычных падзей варта выкарыстоўваць фота і подпісы пад імі з газет і часопісаў, абмяркоўваць загалоўкі артыкулаў і вокладкі часопісаў;
- вучні могуць атрымліваць заданне знайсці і прадставіць, як адна і тая ж падзея была пададзена ў мясцовай, рэспубліканскай і міжнароднай прэсе, каб зразумець, наколькі рознымі могуць быць погляды і падыходы ў залежнасці ад аўдыторыі медыя;

- праз аналіз газетных рэпартажаў можна практыкавацца ў пошуку маніпуляцый, якімі карыстаюцца медыя: у прыватнасці, у падтрыманні страху і няўпэўненасці;
- вучні могуць атрымліваць заданні стварыць першую паласу газеты пра пэўную гістарычную падзею ў рэтра-стылі: з калонкай рэдактара, фота, подпісамі, інфармацыйнымі нататкамі “з таго часу”;
- на сайце www.newseum.org/todaysfrontpages навучэнцы могуць выкарыстоўваць на ўроках замежнай мовы першыя старонкі больш чым 800 газет для аўдыравання і іншых практыкаванняў (18).

Сусветная газетная і навінавая асацыяцыя ўжо працяглы час рэалізуе праграму “Газета ў адукацыі” (5), якая мае два падыходы:

1) асацыяцыя зыходзіць з таго, што не ўсе маладыя людзі аўтаматычна захопленыя чытаннем газет, таму менавіта ў газетах, якія друкуюцца раз ці два на тыдзень, кожнаму вучню бясплатна публікуюцца матэрыялы, якія тычацца канкрэтных прадметных абласцей: вывучэнню мастацтва, сацыяльных даследаванняў, матэматыцы і інш. Некаторыя з матэрыялаў могуць быць прысвечаны канкрэтнай тэме, напрыклад, прэзідэнцкім выбарам, нацыянальным святам і юбілеям, касмічным праграмам, пытанням аховы здароўя і правоў чалавека.
2) газеты прапануюць на сваіх старонках новыя навучальныя рэсурсы для маладых людзей: дапаможнікі, плакаты, карты, віктарыны, гульні, конкурсы.

Але ў кожным выпадку згаданыя падыходы закліканы выхоўваць у маладых чытачах любоў да газеты (19).

15. КОНКУРСЫ ШКОЛЬНЫХ ГАЗЕТ У БЕЛАРУСІ

1. Конкурс дзіцячых і юнацкіх СМІ “Зменім свет да лепшага” (Мінск);
2. Конкурс маладых журналістаў “Залатое пяро Белай Русі”;
3. Конкурс маладых журналістаў “Мы – такія!” (газета “Звязда”);
4. Конкурс “Народны журналіст”;
5. Конкурс маладых журналістаў “Твой стыль”;
6. Рэспубліканскі конкурс маладых журналістаў;
7. Рэспубліканскі конкурс-фестываль дзіцячых СМІ “Свежы вецер”.

16. КРЫНІЦЫ ІНФАРМАЦЫІ, КАРЫСНЫЯ СПАСЫЛКІ І КНІГІ

1. Головченко Г.О. Шкільни газети та інформаційне суспільство: навчальний посібник. – Миколаїв: Іліон, 2011. – 203 с.
2. Даведнік журналіста: Дубовік, Сяргей Валянцінавіч; БДУ. – Мінск: Выд.цэнтр БДУ, 2006. – 221 с.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2001 – 287 с.
4. Лебедев В.В. - Верстка школьной газеты. Основы работы в InDesign: Учебное пособие для старшеклассников. – Москва, 2010. – 56 с.
5. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручнік / Ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; За науковою редакцією В.В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012.
6. Репкова Татьяна. Как создать профессиональную газету в демократическом обществе. – IREX ПроМедиа/Украина, 2001.
7. Слука А. Г. Беларуская журналістыка: падручнік / А. Г. Слука. – Мінск: БДУ, 2011. – 447 с.
8. Як працуе Еўрапейскі саюз: даведнік для беларускіх журналістаў / Марыон Фішэр. - Мінск, 2010. - 104 с.
9. Адукацыйны партал школьнай прэсы Расіі: http://portal.lgo.ru/
10. Аналітыка сайтаў: http://www.google.com/analytics/
11. Анлайн-карты: http://www.zeemaps.com/

12. Бібліяграфія кніжак па журналістыцы: http://elekcyi.org/naukova-literatura/bibliografija-knig-pro-zhurnalistiku.html
13. Газетны дызайн: конкурс і канферэнцыі: http://www.newspaperdesign.ru/
14. Інфаграфіка: http://infogr.am/
15. Калекцыя інфаграфікі: http://vmestoslov.info/category/collection/
16. Квакерская школа: http://www.georgeschool.org/
17. Конкурс на найлепшы матэрыял пра мясцовыя праблемы «Народны журналіст»: http://narodny.by
18. Медыяадукацыя: http://osvita.mediasapiens.ua/material/10549
19. Медыя для юных чытачоў: http://www.wan-ifra.org/microsites/young-readers
20. Мультфільмы: http://goanimate.com/
21. Мультфільмы: http://www.xtranormal.com/
22. Мультымедыйныя калажы: http://www.photovisi.com/
23. Мультымедыйныя праекты: http://animoto.com/
24. Новае ў медыя: http://newreporter.org/
25. Партал школьнай прэсы ЗВУК 19 http://school19-vm.at.ua/
26. Праект "Газета ў адукацыі": http://edupaper.ru
27. Праект "Прэса ў школе", Расія: http://www.myshared.ru/slide/245490/
28. Прэзентацыя пра сучасную школьную газету: http://festival.1september.ru/articles/614945/
29. Сайт Сусветнай навінавай і газетнай асацыяцыі: http://www.wan-press.ru
30. Схемы і дыяграмы: http://www.gliffy.com/
31. Фотакалажы: http://newhive.com/
32. Хронікі падзей: http://www.timetoast.com/
33. Школа ў Сан-Францыска, ЗША: http://www.urbanschool.org/
34. Шрыфты для вёрсткі газет: http://www.paratype.ru/
35. Як стаць журналістам? Літаратура па журналістыцы: http://www.journ-lessons.com/litra.html

17. КРЫНІЦЫ ІНФАРМАЦЫІ

1. Проект «Газета в освіті», реалізований в Росії: http://edupaper.ru/#/join/, або
2. «Газета в освіті», Алтапрес, 2006.
3. Справочник журналиста. Н. Г. Богданов, Б. А. Вяземский. – Ленинград, Лениздат, 1964.
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної пре-си, 2012. – 352 с.
5. Сайт Всесвітньої Асоціації видавців газет та новин,, проект «Газета\новини в осві-ті»:. http://www.wan-ifra.org/articles/2010/12/03/news-in-education-nie
6. http://www.uapp.org/pub_pr/7119.html.
7. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»: http://uazakon.ru/zakon/zakon-o-presse.html.
8. Закон України «Про видавничу справу»: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/anot/318/97-вр.
9. Сайт Міністерства юстиції України. Розділ «Реєстрація друкованих ЗМІ»: http://www.drsu.gov.ua/show/185.
10. Гадзинська І. Презентація на тренінгу «Як зробити сучасну шкільну газету».
11. Головченко Г. О. Шкільні газети та інформаційне суспільство: навчальний посіб-ник. – Миколаїв: Іліон, 2011. – 203 с.
12. Закон України «Про освіту»: http://sgl.io.ua/s116634.

13. Журналістика та медіа: Довідник / Зіґфрід Вайшенберґ, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П. Демешко та К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. – 529 с.
14. https://uk.wikipedia.org/wiki/ Рубрика_(ініціал).
15. Зезина Н. А. Как создать современную школьную газету: www.koipkro.kostroma.ru/.../Как%20создать%20современную%20школьную%20газету.
16. http://www.spxak.ru/s017/064/1.htm – про програми для верстки.
17. Желтоножская М. Тренинг по дизайну и верстке газет.
18. http://ru.wikipedia.org/wiki/Репортаж.
19. Медіаграмотність: Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 319 с.

Пра аўтара

Сяргей Чарняўскі – медыятрэнер. Скончыў Інстытут сусветнага банка па спецыяльнасці “Кансультант менеджменту друкаваных СМІ”. У перыяд з 2004 па 2006 год кіраваў часопісам “5 балаў”, які двойчы прызнаваўся лепшым моладзевым часопісам Украіны. Працаваў дырэктарам па маркетынгу і збыце ў “Газеце па-кіеўску”, выканаўчым дырэктарам “Авізо”. Старшыня назіральнага савета газеты “Зоря” і газеты для моладзі і студэнтаў “Залік”, якая выходзіць у Днепрапятроўскай вобласці. Член савета дырэктараў Украінскай асацыяцыі выдаўцоў перыядычнай прэсы. Адзін з суаўтараў штогадовай справаздачы ад Украіны для WAN / IFRA ў зборнік “Сусветныя тэндэнцыі прэсы”.

Замест пасляслоўя

Хачу выказаць вялізную ўдзячнасць Акадэміі ўкраінскай прэсы і асабіста Аксане Валашанюк за магчымасць папрацаваць над гэтым модулем.

У працы над модулем мне дапамагалі Марына Асюхіна, Алёна Дрыга (раздзел па сацыяльных сетках). Вялікі дзякуй Марыне Жаўтаножскай, без якой раздзел па дызайне і вёрстцы быў бы няпоўным і кароткім, Аксане Валашанюк за дапамогу пры напісанні раздзела "Газета на ўроку". Дзякуй вам за дапамогу!

Поспехаў Вам, калегі, у стварэнні школьнай газеты
і цярплівасці!

Метадычны дапаможнік

Як стварыць сучасную школьную газету?

Сяргей Чарняўскі

Рэдактары-складальнікі: *Аксана Валашанюк, Валерый Іваноў*
Літаратурны рэдактар: *Юрась Каласоўскі*
Вёрстка: *Яўген Цымбаленка*

Падпісана ў друк 31.10.2014 г .. Фармат 60х84 / 16.
Гарнітура Minion Pro. Папера афсетная. Друк афсетны.
Умоўн. друк. арк. 2,1. Улік.-выд. арк. 4,7. Наклад 500 асобнікаў. Нам. № ___

Надрукавана ў друкарні Флп ПАЛИВОДА А.В.
03061, г. Кіеў, пр-т Уцешны, 95 / Е
тэл. / факс (044) 351 21 90